

**PERBEDAAN PERILAKU PEMBELIAN SUVENIR SEBAGAI HADIAH**

**DITINJAU DARI GAYA WISATA**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi**

**Sebagian Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Psikologi Pada Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik**

**Oleh:**

**Citra Yulianti Sihombing**

**135120301111098**



**JURUSAN PSIKOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG**

**2017**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Perbedaan Perilaku Pembelian Souvenir Sebagai Hadiah Ditinjau Dari Gaya  
Wisata**

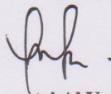
**Disusun Oleh:**

**Citra Yulianti Sihombing**

**135120301111098**

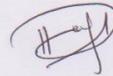
**Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing untuk Diuji:**

**Ketua Jurusan Psikologi**



**Cleoputri Al Yusainy, S.Psi., M.Psi., Ph.D.**  
**NIP. 2012088606132001**

**Pembimbing Utama**



**Selly Dian Widvasari, S.Psi., M.Psi.**  
**NIK. 2012088606132001**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Perbedaan Perilaku Pembelian Souvenir Sebagai Hadiah Ditinjau Dari Gaya**

**Wisata**

**SKRIPSI**

Disusun oleh :  
Citra Yulianti Sihombing  
135120301111098

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana pada tanggal 1 Agustus 2017

**Tim Penguji :**

Pembimbing



**Selly Dian Widvasari, S.Psi., M.Psi**  
**NIK. 2012088606132001**

Ketua Penguji

Anggota Penguji



**Dr. Lusy Asa Akhrani, S.Psi., M.Psi.T**  
**NIK. 20100878052322001**



**Ika Adita Silviandari, S.Psi., M.Psi**  
**NIK. 2011028201112001**

Malang, 8 Agustus 2017.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Prof. Dr. Uti Ludigdo, AK**  
**NIK. 196908141994021001**

## LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Citra Yulianti Sihombing

NIM : 135120301111098

Jurusan : Psikologi

Institusi : Universitas Brawijaya

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "**Perbedaan Perilaku Pembelian Suvenir sebagai Hadiah ditinjau dari Gaya Wisata**" adalah benar karya saya sendiri, bukan karya ilmiah dan orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya yang telah ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia untuk mengganti isi skripsi saya dan melakukan ujian ulang.

Malang,

Yang membuat pernyataan



Citra Yulianti Sihombing

NIM. 135120301111098

PERBEDAAN PERILAKU PEMBELIAN SUVENIR SEBAGAI HADIAH  
DITINJAU DARI GAYA WISATA

Citra Yulianti Sihombing (135120301111098)  
[citra18yulianti@gmail.com](mailto:citra18yulianti@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan perilaku pembelian suvenir sebagai hadiah ditinjau dari gaya wisata pada wisatawan yang sedang melakukan kegiatan wisata di Malang. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 360 orang. Skala perilaku pembelian suvenir yang digunakan merupakan skala modifikasi milik Wilkins (2009), sedangkan skala gaya wisata merupakan skala modifikasi milik Littrell, dkk (1994). Kedua skala yang digunakan tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia melalui bantuan pusat bahasa Universitas Brawijaya. Data dianalisis dengan teknik *one way ANOVA*. Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat perbedaan perilaku pembelian suvenir sebagai hadiah pada wisatawan yang memiliki gaya wisata etnik, seni dan masyarakat; gaya wisata sejarah dan taman; gaya wisata hiburan kota; serta gaya wisata luar ruangan.

Kata kunci : gaya wisata, hadiah, perilaku membeli, suvenir.

The Differences of Souvenir Purchase Behaviour as Gifts in Terms of Tourism  
Styles

Citra Yulianti Sihombing (135120301111098)  
[citra18yulianti@gmail.com](mailto:citra18yulianti@gmail.com)

**ABSTRACT**

This research aims to find out the differences of souvenir purchase behaviour as gifts in terms of tourism styles on tourist who are doing tourism activities in Malang. The subjects used in this study amounted to 360 people. The scale used of souvenir purchase bahaviour is the modification owned by Wilkins (2009) and the tourism styles scale is the modification owned by Littrell, et al. (1994), which is translated to Indonesia using Barwijaya language center. The data were analyzed by one way ANOVA technique. The result of this study shown there is no difference souvenir purchase behaviour as gifts in term tourism style.

Keywords: gifts, purchase behaviour, souvenir, tourism styles.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta kuasa-Nya kepada penulis, sehingga skripsi dengan judul **“Perbedaan Perilaku Pembelian Souvenir Sebagai Hadiah Ditinjau Dari Gaya Wisata”** dapat terselesaikan dengan baik. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan juga untuk memperoleh gelar psikologi.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis tidak bekerja sendirian, melainkan dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan skripsi ini sampai selesai. Adapun pihak tersebut antara lain :

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena atas izin-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Cleoputri Al Yusainy, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Psikologi Universitas Brawijaya Malang.
3. Ibu Selly Dian Widayari, S.Psi., M.Psi, selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Lusy Asa Akhrani, S.Psi., M.PsiT dan Ibu Ika Adita Silviandari, S.Psi., M.Psi, selaku dosen penguji yang telah bersedia menguji, memberikan masukan serta bimbingan untuk menyempurnakan skripsi ini.
5. Mama boru Manurung, Abang Melwin, Sandes, Gibson, Joureski dan juga

Kakak Istia tercinta yang selalu mendukung, memberikan semangat serta motivasi setiap waktu dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Jeki Limbong si pemberi semangat juga si pemberi bantuan kapanpun peneliti butuhkan, dan kepada kak Mar, Kak Hel, Stepani, Naomi serta sahabat pamsigit terkasih yang sudah mau mendengarkan segala keluh kesah selama proses pengerjaan skripsi ini dan tidak lupa untuk memberi semangat maupun masukan yang membangun sampai skripsi ini terselesaikan dengan baik..
7. Keluarga IKABTIM SEJATI yang selalu meberi semangat juga doa, serta kepada tim skripsi yang turut memberikan semangat dan kerjasamanya selama proses pengerjaaaan skripsi ini.

Peneliti menyadari skripsi dan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti senantiasa terbuka terhadap kritik juga saran yang bersifat membangun untuk perbaikan laporan ini maupun untuk kemajuan ilmu pengetahuan khususnya psikologi. Selain itu peneliti juga berharap, laporan dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Malang, Juli 2017

Citra Yulianti Sihombing

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Penelitian Terdahulu .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
A. Gaya Wisata .....	12
1. Definisi Gaya Wisata .....	12
2. Jenis Gaya Wisata .....	12
B. Perilaku Pembelian Souvenir .....	15
1. Definisi Perilaku Membeli .....	15
2. Definisi Souvenir .....	16
C. Kerangka Pemikiran .....	18
D. Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>22</b>
A. Desain Penelitian .....	22
B. Identifikasi Variabel Penelitian .....	22
C. Definisi Operasional .....	23
D. Tempat dan Waktu Penelitian .....	24
E. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	25
F. Tahapan Pelaksanaan Penelitian .....	26
1. Tahap Persiapan .....	26
2. Tahap Pengumpulan Data .....	27
3. Tahap Analisis .....	27
G. Instrumen Penelitian .....	28
1. Skala Gaya Wisata .....	28
2. Skala Perilaku Pembelian Souvenir .....	29
H. Pengujian Alat Ukur .....	30
1. Uji Validitas .....	30
2. Uji Reliabilitas .....	33
I. Analisis Data .....	35
1. Uji Asumsi .....	35
2. Uji Hipotesis .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Subjek .....	37
B. Hasil Penelitian .....	39

1. Uji Asumsi .....	39
2. Pengujian Hipotesis .....	39
C. Analisis Tambahan .....	41
D. Pembahasan .....	41
E. Pembahasan Analisis Tambahan .....	47
F. Keterbatasan Penelitian .....	48
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>49</b>
A. Kesimpulan .....	49
B. Saran .....	49
1. Teoritis .....	49
2. Praktis .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>53</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Distribusi Jumlah Perjalananan Wisatawan Nusantara menurut Provinsi Tujuan .....	3
Gambar 2 Rata-rata Pengeluaran Perjalanan Wisatawan Nusantara tahun 2014 .....	4
Gambar 3. Kerangka Berpikir .....	18

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jenis Gaya Wisata .....	23
Tabel 2. Dimensi Perilaku Pembelian Souvenir .....	24
Tabel 3. Daftar <i>Blue Print</i> Gaya Wisata .....	29
Tabel 4. Daftar <i>Blue Print</i> Perilaku Pembelian Souvenir .....	30
Tabel 5. Hasil Validitas Tampang .....	31
Tabel 6. Indeks Nilai Reliabilitas Cronbach Alpha .....	33
Tabel 7. Hasil Reliabilitas .....	34
Tabel 8. <i>Blue Print</i> Gaya Wisata setelah Uji Coba .....	35
Tabel 9. Data Demografi Subjek Penelitian .....	37
Tabel 10. Distribusi Rata-rata Gaya Wisata .....	40
Tabel 11. Hasil Signifikansi <i>Independent Sample t-test</i> .....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

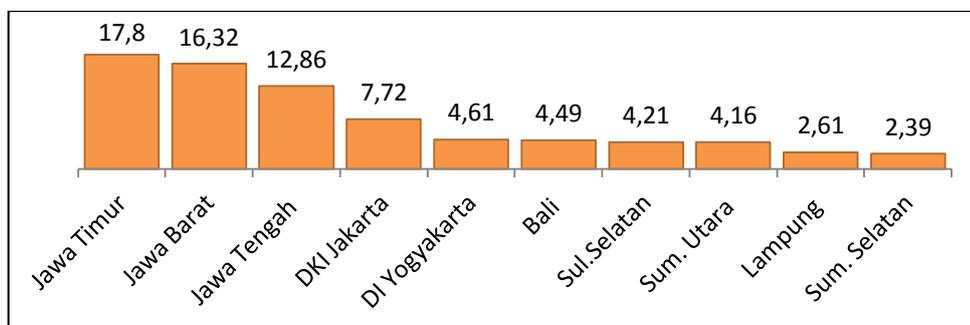
Lampiran 1. Skala <i>Tourism Style</i> .....	53
Lampiran 2. Skala <i>Souvenir Buying as Gift</i> .....	54
Lampiran 3. Skala Gaya Wisata dan Perilaku Pembelian Souvenir .....	55
Lampiran 4. Perubahan Skala Hasil <i>Expert Judgement</i> .....	60
Lampiran 5. Hasil Analisis Reliabilitas Skala .....	62
Lampiran 6. Data Penelitian .....	64
Lampiran 7. Analisis <i>One Way ANOVA</i> .....	79
Lampiran 8. Analisis Tambahan <i>Independent Samples T-test</i> .....	80

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu aspek yang dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian negara Indonesia. Sektor pariwisata pada tingkat daerah merupakan penunjang bagi pendapatan daerah itu sendiri. Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang memiliki berbagai macam tempat wisata mulai dari pegunungan, pantai, wisata sejarah, wisata kuliner dan lainnya. Hampir di setiap kota atau kabupaten Jawa Timur memiliki tempat wisata dengan keindahannya masing-masing yang mengakibatkan provinsi ini sebagai salah satu daerah dengan kunjungan wisatawan nusantara tertinggi (Kemenpar, 2014). Tingginya kunjungan wisatawan terhadap provinsi tersebut tidak terlepas dari potensi wisata yang dimiliki, sehingga tempat-tempat wisata yang tersedia tidak pernah sepi akan pengunjung. Hal itu terbukti dari hasil survei kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan nusantara tahun 2014 yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia berikut ini.



sumber: Kementerian Pariwisata 2014

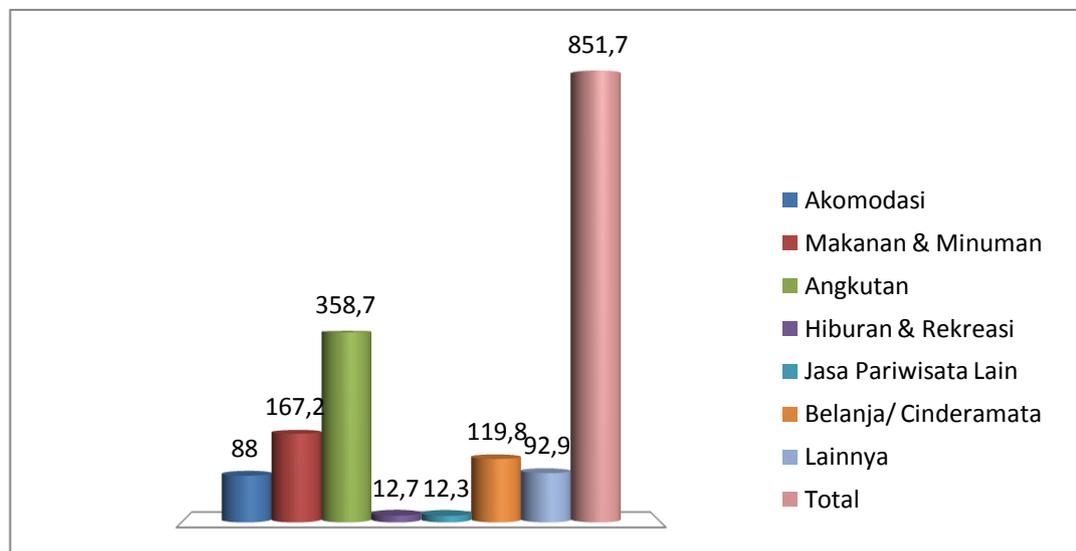
Gambar 1. Distribusi jumlah perjalanan wisatawan nusantara menurut provinsi tujuan, tahun 2014 (%)

Salah satu aspek penting yang dilakukan wisatawan ketika menjalankan liburan adalah berbelanja pada tempat wisata yang dikunjungi. Menurut Lehto, dkk (2004) berbelanja merupakan salah satu kegiatan yang penting untuk dilakukan oleh wisatawan. Bisnis.com (2015) memperlihatkan bahwa sebesar 69 % wisatawan nusantara memanfaatkan liburan mereka dengan berbelanja. Angka tersebut bahkan lebih tinggi dibandingkan angka global sebesar 66%. Wisatawan sering menghabiskan lebih banyak uang mereka untuk berbelanja daripada mengeluarkan biaya makanan, penginapan atau hiburan lainnya, Jansen-Verbeke; Timothy & Butler (Kim & Littrell, 2001). Produk utama yang biasanya dibeli oleh wisatawan adalah souvenir berupa kerajinan lokal, pakaian dan buku, Catatan Wisata (Kim & Littrell, 2012).

Souvenir merupakan salah satu komponen penting pengalaman perjalanan yang dibawa kembali oleh para wisatawan yang kemudian digunakan sebagai kenang-kenangan serta bukti bahwa mereka pernah melakukan kegiatan wisata ke tempat yang mereka kunjungi tersebut (Wilkins, 2009). Souvenir seringkali ditafsirkan sebagai pengingat dari pengalaman perjalanan yang pernah dilakukan. Bahkan kata souvenir secara umum, Gordon (Paraskevaidis & Andriotis, 2015) diartikan sebagai “mengingat”. Oleh karena itu, souvenir dianggap sebagai suatu benda yang dapat mengingatkan orang terhadap tempat dan kenangan yang pernah dilalui, Morgan & Pritchard, Ramsay (Paraskevaidis & Andriotis, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Davidson-Peterson (Littrell, dkk 1994) mengemukakan bahwa sebesar 30%-33% dari total pengeluaran wisatawan digunakan untuk berbelanja souvenir yang berwisata di Wisconsin. Selain itu pada

survey nasional yang dilakukan oleh Asosiasi Industri Travel Amerika, melaporkan sebanyak 44 % dari semua responden mengatakan bahwa belanja merupakan salah satu kegiatan inti wisata mereka, Cook (Kim & Litrell, 2012). Hal tersebut juga sesuai dengan data yang ditunjukkan oleh Kementerian Pariwisata (2014) bahwa berbelanja souvenir merupakan hal yang terpenting ketiga dilakukan oleh wisatawan nusantara yang dapat dilihat dari data berikut ini.



sumber: Kementerian Pariwisata 2014

*Gambar 2.* Rata-rata pengeluaran perjalanan wisatawan nusantara menurut jenis pengeluaran tahun 2014 (000 rupiah).

Berdasarkan gambar 2 diatas, terlihat bahwa pembelian souvenir termasuk 3 pengeluaran tertinggi dari total pengeluaran wisatawan nusantara. Wisatawan mengeluarkan biaya tertinggi untuk angkutan umum sebesar 358,7 ribu, pengeluaran tertinggi kedua untuk membeli persediaan makanan dan minuman selama liburan sebesar 167,2 ribu dan pengeluaran tertinggi yang ketiga dikeluarkan untuk biaya pembelian souvenir sebesar 119,8 ribu atau sekitar 14,07% dari rata-rata pengeluaran total wisatawan tersebut.

Melalui gambar 2 diatas terlihat bahwa membeli souvenir merupakan suatu keharusan bagi para wisatawan yang sedang melakukan wisata. Menurut Dey & Sarma (2012) dengan membawa dan mengumpulkan beberapa souvenir dari tempat wisata yang dikunjungi dapat mengingatkan mereka pada pengalaman perjalanan yang pernah dilakukan, seperti momen spesial, orang yang pernah ditemui, tempat juga peristiwa tertentu. Sejalan dengan hal tersebut, Wilkins (2009) juga mengungkapkan bahwa pembelian souvenir menjadi sangat penting untuk wisatawan karena dapat digunakan sebagai hadiah atau *gift*, sebagai pengingat atau *memory*, serta sebagai bukti pengalaman atau *evidence*. Souvenir sebagai hadiah merupakan sesuatu yang dapat diberikan kepada orang lain; disamping itu souvenir sebagai pengingat merupakan sesuatu yang dapat memberikan ingatan kepada wisatawan terhadap tempat yang pernah dikunjungi; sedangkan souvenir sebagai bukti merupakan sesuatu yang dapat dijadikan bukti perjalanan yang memperlihatkan bahwa mereka pernah mengunjungi tempat tertentu. Fokus penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah perilaku pembelian souvenir oleh wisatawan sebagai hadiah atau *gift*. Dey & Sarma (2012) menyampaikan bahwa pembelian souvenir merupakan salah satu hal yang dilakukan oleh wisatawan ketika mereka mengunjungi suatu tempat wisata untuk dibawa pulang. Hal tersebut akan berguna sebagai memori perjalanan dan dapat digunakan di rumah mereka. Souvenir telah lama memainkan peran penting dalam perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan (Swanson & Timothy, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Horner & Stanley (Swanson & Timothy, 2012) memperlihatkan bahwa perilaku pembelian souvenir ternyata sudah dilakukan oleh

Mesir kuno, Roma dan penjelajah wisata lainnya, mereka membawa pulang souvenir untuk dijadikan sebagai kenang-kenangan dari perjalanan mereka di luar negeri.

Littrell, dkk (1994) menyatakan bahwa aktifitas perjalanan wisata tidak terlepas dari perilaku pembelian souvenir. Graburn (Littrell dkk, 1994) mengungkapkan bahwa aktifitas-aktifitas wisata yang dilakukan oleh wisatawan tersebut kemudian dibentuk menjadi beberapa gaya wisata. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Littrell, dkk (Swanson & Horridge, 2016) memperlihatkan bahwa pembelian souvenir oleh wisatawan berkaitan dengan gaya wisata. Gaya wisata merupakan klasifikasi wisatawan yang dapat dikembangkan berdasarkan berbagai variabel yang berhubungan dengan aktifitas perjalanan yang dilakukan seperti berbelanja serta tingkat interaksi dengan masyarakat setempat (Kim & Littrell, 2012). Kim (1997) juga menyampaikan bahwa gaya wisata adalah pembagian segmentasi wisatawan berdasarkan aktifitas perjalanan dan interaksi mereka dengan masyarakat setempat. Hal serupa juga disampaikan oleh Graburn (Littrell, dkk, 1994) yang mengatakan bahwa gaya wisata dapat dilihat dengan memperhatikan aktifitas perjalanan wisatawan serta interaksi terhadap masyarakat setempat.

Berdasarkan hal tersebut gaya wisata yang dilihat dari kegiatan perjalanan yang dilakukan memiliki keterkaitan yang kuat dengan perilaku pembelian souvenir termasuk jenis souvenir yang dibeli. Menurut Cohen (1997) gaya wisata telah banyak dikembangkan menggunakan berbagai pendekatan, salah satunya dalam bidang pemasaran pariwisata. Secara tidak langsung, gaya wisata dapat

digunakan sebagai dasar segmentasi pasar perusahaan atau penjual souvenir di tempat wisata. Schiffman, Kanuk (2007) mengatakan segmentasi pasar merupakan proses membagi pasar konsumen ke dalam sub-berbeda dengan kebutuhan umum atau karakteristik dan memilih satu atau lebih segmen untuk menargetkan dengan bauran pemasaran yang berbeda. Schiffman, Kanuk (2014) mengungkapkan bahwa untuk dapat mengembangkan strategi segmentasi langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan memilih dasar segmentasi pasar yang paling tepat. Dey & Sarma (2012) menyampaikan bahwa keberadaan segmen yang berbeda dapat terlihat berdasarkan motivasi perjalanan dan preferensi aktifitas. Ia juga mengatakan bahwa keberadaan segmen akan memberikan keuntungan bagi para pemasar souvenir seperti mendapatkan manfaat dan pengetahuan tentang wisatawan yang mengunjungi daerah wisata yang dapat dilihat dari jenis perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan. Melalui hal tersebut segmen pasar wisata dapat dilakukan dengan melihat gaya wisata yang ada.

Littrell, dkk (1994) menyampaikan bahwa terdapat empat gaya wisata, yaitu gaya wisata *ethnic, art and people* atau etnik, seni dan masyarakat; *historic and park oriented* atau wisata sejarah dan taman; *urban entertainment oriented* atau wisata hiburan kota; *active outdoor oriented* atau wisata kegiatan luar ruangan. Etnik, seni dan masyarakat merupakan gaya wisata yang kegiatannya adalah melakukan perjalanan ke komunitas etnis, yang dapat dilakukan dengan mengunjungi warga setempat, berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang dilakukan, mengunjungi masyarakat setempat, museum seni serta menghadiri pertunjukan konser atau teater; wisata sejarah dan taman merupakan gaya wisata

yang berorientasi pada kegiatan sejarah juga menikmati keindahan alam; wisata hiburan kota merupakan gaya wisata yang terlibat dalam kegiatan rekreasi di perkotaan yang dikunjungi; sedangkan wisata luar ruangan merupakan gaya wisata yang kegiatannya berorientasi terhadap aktifitas yang dapat dilakukan di taman dan area alam berupa pantai dan pegunungan.

Berdasarkan pemaparan diatas, tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah ditinjau dari gaya wisata.

### **B. Rumusan Masalah**

Masalah dalam penelitian ini adalah: apakah terdapat perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah ditinjau dari gaya wisata (wisata etnik, seni dan masyarakat; wisata sejarah dan taman; wisata hiburan kota; serta wisata luar ruangan)?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melihat perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah ditinjau dari gaya wisata.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk pengembangan ilmu Psikologi terkhusus Psikologi Industri dan Organisasi. Serta dapat memberikan masukan secara empiris kepada peneliti selanjutnya mengenai perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah ditinjau dari gaya wisata.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pengelola pariwisata dengan lebih memperhatikan segmentasi pasar untuk masing-masing kebutuhan gaya wisata di masa yang akan datang.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Pengkajian lebih dalam mengenai penelitian perbedaan perilaku pembelian souvenir ditinjau dari motivasi wisata (eksplorasi dan relaksasi) membutuhkan kajian literatur dari peneliti terdahulu yang berguna sebagai acuan dasar ataupun pembanding dengan penelitian selanjutnya.

1. **Oh, dkk (2016). *Predictors of Tourists' Shopping Behaviour: Examination of Socio-Demographic Characteristics and Trip Typologies. Journal of Vacation Marketing.***

Penelitian tersebut bertujuan untuk melihat bagaimana perilaku berbelanja wisatawan berdasarkan efektifitas usia, jenis kelamin serta perjalanan tipologi atau kelompok yang mana hal-hal tersebut dijadikan sebagai variabel prediktornya. Penelitian tersebut menggunakan data 2000 survey Sikap Travel dan Survey Motivasi (TAMS) yang dilakukan oleh Komisi Pariwisata Kanada

(CTC) yang dilakukan dengan cara telepon maupun email dengan usia responden 18 tahun keatas. Survey yang dilakukan berfokus pada pola perjalanan, karakteristik perjalanan, sikap, motivasi, latar belakang sosial-ekonomi dan niat perjalanan di masa depan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis logistik regresi yang bertujuan untuk memperediksi probalitas variabel.

Hasil penelitian yang dilakukan tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antar kelompok pada kategori partisipasi perilaku berbelanja dan usia, jenis kelamin dan perjalanan kelompok merupakan faktor yang signifikan mempengaruhi pola preferensi kategori tertentu dari kegiatan berbelanja.

**2. Kinley, Bharath & Youn-Kyung. (2005). *Why and Where Tourist Shop: Motivations of Tourist-Shopper and Their Preffered Shopping Center Attributes. Journal of Shopping Center Research.***

Tujuan utama penelitian tersebut adalah untuk melihat apa yang menjadi motivasi belanja wisatawan dan pusat perbelanjaan seperti apa yang mereka sukai. Perilaku belanja wisatawan tersebut dilihat menggunakan 4 variabel, diantaranya *demographic characteristic, push motivator, pull motivator* dan *outcome variable*. Penelitian ini menggunakan survey telepon atau *focus group interview* kepada 485 wisatawan dengan usia sekitar 25-35 yang sedang berbelanja di area metropolitan. Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cluster analysis, Chi-square* serta ANOVA.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa yang menjadi faktor pendorong wisatawan pergi ke pusat perbelanjaan adalah untuk menikmati liburan, untuk

membeli oleh-oleh, untuk melakukan perawatan diri, melihat produk mall yang tersedia, serta wisatawan tertarik untuk mendatangi pusat perbelanjaan yang menyediakan berbagai pilihan barang dan tokoh untuk berbelanja.

**3. Lehto, dkk (2014). *Tourist Shopping Preferences and Expenditure Behaviours: The case of Taiwanese Outbound Market. Journal of Vacation Marketing.***

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara pengeluaran belanja responden dan tiga faktor sosio demografis yang meliputi pendapatan, jenis kelamin juga usia; serta alat ukur perjalanan dengan dimensi tujuan perjalanan, modus perjalanan juga gaya perjalanan. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *One-Way ANOVA*.

Hasil dari penelitian yang dilakukan tersebut memperlihatkan bahwa tujuan wisata, gaya perjalanan, usia serta jenis kelamin berpengaruh signifikan terhadap jumlah uang yang dihabiskan oleh wisatawan dan mereka lebih suka membeli barang-barang.

**4. Dey & Sarma. (2012). *Influences on Souvenir Buying Intentions of Tourist in Crafts-rich Region. Journal On Hospitality and Tourism.***

Fokus utama dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk menguji niat pembelian souvenir wisatawan di Timur Laut India. Hal tersebut bertujuan untuk melihat apakah niat membeli wisatawan berbeda-beda jika dilihat berdasarkan jenis wisatanya. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS dengan 2 metode yaitu *factor analysis* juga *cluster-analysis*. Faktor-faktor yang mempengaruhi perjalanan seperti motivasi, preferensi

aktifitas, demografi dan faktor yang berhubungan dengan perjalanan tertentu terhadap intensi membeli turut diperiksa dengan menggunakan teknik *factor-cluster*.

Hasil penelitian yang dilakukan memperlihatkan bahwa hanya usia dan frekuensi perjalanan yang memiliki pengaruh terhadap intensi membeli suvenir.

**5. Littrell, M., dkk. (1994). *Souvenir and tourism style*.**

Penelitian tersebut bertujuan untuk melihat apakah terdapat perbedaan pembelian jenis suvenir pada empat gaya wisata (gaya wisata etnik, seni dan masyarakat; gaya wisata sejarah dan taman; gaya wisata hiburan kota; serta gaya wisata luar ruangan). Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan ANOVA.

Hasil penelitian yang dilakukan tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan pembelian suvenir dengan gaya wisata.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Gaya Wisata**

##### **1. Definisi Gaya Wisata**

Littrell dan Kim (2012) mengungkapkan bahwa *tourism style* atau gaya wisata adalah pengklasifikasian wisatawan yang dapat dikembangkan berdasarkan berbagai variabel yang berhubungan dengan aktifitas perjalanan yang dilakukan, seperti keinginan mencari hal-hal baru, berbelanja dan tingkat interaksi dengan masyarakat setempat. Kim (1997) juga mengungkapkan bahwa gaya wisata merupakan pembagian segmentasi wisatawan berdasarkan aktifitas perjalanan dan interaksi mereka dengan masyarakat setempat. Secara umum gaya wisata yang dimiliki oleh para wisatawan dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi dan sikap terhadap budaya lain.

##### **2. Jenis Gaya Wisata**

Terdapat berbagai macam gaya wisata, Graburn (Littrell, dkk., 1994) berspekulasi bahwa gaya wisata dapat menentukan jenis *suvenir* apa yang akan dibeli sebagai pengalaman perjalanan yang dilakukan. Littrell, dkk (1994) mengemukakan empat gaya wisata, yang mana keempat gaya tersebut terbentuk berdasarkan aktifitas perjalanan yang mereka lakukan. Adapun empat jenis gaya tersebut, yaitu:

*a. Ethnic-, arts-, and people oriented* atau etnik, seni dan masyarakat

Etnik, seni dan masyarakat merupakan gaya wisata yang melibatkan perjalanan ke komunitas etnis. Wisatawan akan mengunjungi masyarakat setempat, ikut serta dalam kegiatan yang sedang berlangsung, mengunjungi galeri, museum kesenian serta menghadiri pertunjukan konser atau teater. Tujuan utama wisatawan pada gaya ini adalah keinginan untuk merasakan keaslian komunitas wisata yang mereka kunjungi. Hal tersebut dilakukan dengan cara membaaur pada masyarakat setempat serta berpartisipasi pada kegiatan yang sedang berlangsung.

Wisatawan dengan gaya ini akan lebih membeli jenis souvenir kerajinan tangan yang dapat digunakan di rumah, perhiasan, makanan lokal, barang antik, dan buku sebagai pengingat bahwa mereka pernah melakukan perjalanan wisata. Penelitian yang dilakukan oleh Littrell, dkk (1994) menunjukkan bahwa wisatawan membeli souvenir tersebut untuk dijadikan sebagai hadiah untuk dirinya sendiri dan juga diberikan kepada oranglain sebagai oleh-oleh dari hasil perjalanan yang telah dilakukan.

*b. History and parks-oriented/* wisata sejarah dan taman

Sejarah dan taman merupakan gaya wisata yang berorientasi dalam kegiatan yang berhubungan dengan nilai atau tempat sejarah dan menikmati keindahan alam. Wisatawan akan menghabiskan waktu dengan cara mengunjungi situs bersejarah, museum yang berhubungan dengan sejarah masa lalu, rumah bersejarah, mengunjungi desa yang memperlihatkan kehidupan

masa lalu, serta mengunjungi taman untuk menikmati pemandangan dan mendokumentasikannya dengan kegiatan fotografi.

Wisatawan dengan gaya ini lebih memilih souvenir berupa kerajinan tangan, buku tentang daerah yang dikunjungi, makanan lokal serta aitem tertentu yang digunakan sebagai koleksi untuk diberikan kepada orang lain sebagai hadiah maupun bukti bahwa mereka pernah melakukan perjalanan ke tempat wisata tertentu.

c. *Urban entertainment oriented* atau wisata hiburan kota

Wisata hiburan kota merupakan gaya wisata yang berorientasi pada hiburan perkotaan. Wisatawan dengan gaya ini akan melakukan kegiatan wisatanya dengan berbelanja serta menghadiri acara klub olahraga dan klub malam di kota yang sedang dikunjungi.

Pada gaya ini, wisatawan akan lebih memilih jenis *suvenir* berupa kaus, stiker atau barang lainnya sebagai koleksi. Wisatawan dengan gaya wisata ini biasanya akan membeli souvenir yang dapat digunakan sebagai hadiah kepada orang lain serta pengingat akan perjalanan yang pernah dilakukan.

d. *Active outdoor oriented* atau wisata luar ruangan

Wisata luar ruangan merupakan gaya wisata yang kegiatannya berorientasi terhadap aktifitas yang dapat dilakukan di taman dan area alam. Wisatawan dengan gaya ini akan menikmati kegiatan wisatanya dengan cara melakukan jelajah alam, memancing, menaiki perahu, kemah, serta berburu.

Wisatawan dengan gaya ini menganggap bahwa kegiatan membeli souvenir sebenarnya tidak terlalu penting, namun ketika mereka memilih untuk

membeli maka produk yang mereka beli mayoritas berupa kaos, *sweater* serta barang kerajinan tangan yang berasal dari alam seperti rumput dan bunga-bunga kering. Suvenir yang dibeli tersebut akan lebih dipergunakan sebagai pengingat perjalanan yang pernah dilakukan.

Penelitian ini menggunakan teori yang diungkapkan oleh Littrell, dkk (1994) sebagai dasar skala penelitian gaya wisata.

## **B. Perilaku Pembelian Suvenir**

### **1. Definisi Perilaku Membeli**

Menurut Kotler (2008) perilaku membeli merupakan suatu kebiasaan individu baik secara langsung maupun tidak langsung yang terlibat dalam mendapatkan serta menggunakan barang dan jasa yang dibutuhkan. Kotler (2008) menyampaikan bahwa perilaku membeli konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

#### **a. Faktor budaya**

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam pada perilaku konsumen, seperti adanya pengaruh budaya, sub-budaya, dan kelas sosial pembeli.

#### **b. Faktor sosila**

Perilaku membeli konsumen juga dipengaruhi oleh kelompok sosial yang dapat berasal dari kelompok kecil serta peran dan status sosial yang dimiliki oleh konsumen.

c. Pribadi

Keputusan membeli konsumen tidak terlepas dari pengaruh pribadi seperti usia dan tahap siklus pembeli, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

d. Psikologi

Pilihan pembelian suatu produk yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor psikologis, seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

## **2. Definisi Suvenir**

Suvenir merupakan sebuah benda nyata yang keberadaannya dapat memberikan manfaat berupa ingatan terhadap perjalanan yang pernah dilalui, Anderson (Kim, 1997).

Pembelian souvenir sudah dianggap sebagai komponen penting dari kegiatan berbelanja pariwisata (Dey & Sarma, 2012). Melakukan pembelian kenangan dan souvenir dapat dilakukan kapan saja termasuk ketika sedang melakukan perjalanan atau kegiatan rekreasi lainnya (Wilkins, 2009). Pembelian souvenir juga akan membentuk komponen penting dalam hal pengeluaran belanja, Littrell; Lehto (Wilkins, 2009). Belanja merupakan kegiatan penting dan sering digolongkan dalam kategori pengeluaran paling signifikan ketika sedang melakukan liburan dan perjalanan (Oh, dkk., 2004). Lehto (2004) mengungkapkan bahwa berbelanja sebagai salah satu kegiatan wisata memiliki peran penting terhadap tujuan perjalanan yang dilakukan. *Notes Traveller*

Amerika mengemukakan bahwa souvenir yang biasanya dibeli oleh para wisatawan berupa kerajinan lokal, pakaian serta buku (Kim & Littrell, 2012).

Wisatawan yang memutuskan membeli souvenir tidak terlepas dari manfaatnya. Dey & Sarma (2012) menyampaikan bahwa dengan memiliki souvenir dapat memberikan bukti nyata dari pengalaman perjalanan yang telah dilakukan. Littrell (Littrell & Mary, 2012) juga menyampaikan souvenir yang dibeli oleh wisatawan dianggap sebagai sesuatu yang penting karena dapat dinyatakan sebagai bukti nyata dari pengalaman perjalanan yang pernah dilakukan. Selain itu Wilkins (2009) menganggap bahwa souvenir merupakan salah satu komponen penting dari pengalaman wisata, sehingga banyak wisatawan membawa souvenir ke tempat asal mereka untuk dijadikan sebagai kenang-kenangan dan bukti perjalanan. Wilkins menyatakan bahwa terdapat tiga manfaat souvenir untuk wisatawan, diantaranya:

a. Souvenir sebagai hadiah

Wilkins menjelaskan bahwa salah satu manfaat membeli souvenir dari tempat wisata yang dilakukan adalah dapat diberikan sebagai hadiah kepada dirinya sendiri, keluarga dan juga teman.

b. Souvenir sebagai ingatan

Wilkins menyatakan peran memori merupakan salah satu hal yang terpenting setelah wisatawan melakukan perjalanan wisata, sehingga dengan memiliki souvenir dapat memberikan mereka ingatan mengenai waktu-waktu khusus yang pernah dilalui.

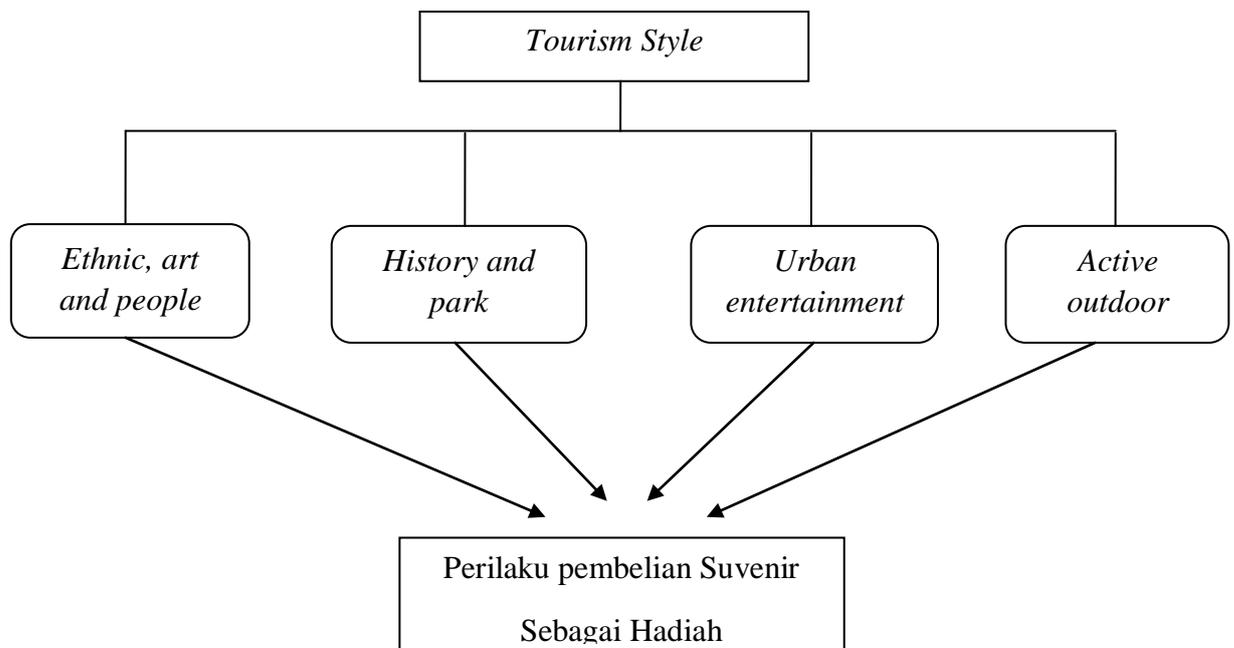
c. Suvenir sebagai bukti

Manfaat terakhir suvenir yang disampaikan oleh Wilkins adalah dapat digunakan sebagai bukti perjalanan, baik untuk wisatawan itu sendiri maupun untuk orang lain yang dapat digunakan sebagai sarana komunikasi mengenai pengalaman perjalanan yang telah dilakukan.

Penelitian ini menggunakan teori yang diungkapkan oleh Wilkins (1994) sebagai dasar skala penelitian perilaku pembelian suvenir sebagai hadiah.

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini disajikan secara skematis pada gambar di bawah:



Gambar 3. Kerangka pemikiran

Suvenir merupakan sebuah benda nyata yang keberadaannya dapat memberikan manfaat berupa ingatan terhadap perjalanan yang pernah dilalui, Anderson (Kim, 1997). Pembelian souvenir sudah dianggap sebagai komponen penting dari kegiatan berbelanja pariwisata (Dey & Sarma, 2012). Souvenir memiliki manfaat tersendiri bagi wisatawan, seperti yang disampaikan oleh Wilkins (2009) bahwa souvenir dapat digunakan sebagai hadiah atau *gift*; sebagai ingatan atau *memory*; serta sebagai bukti pengalaman perjalanan atau *evidence*. Penelitian ini hanya berfokus pada perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah. Souvenir yang dibeli oleh wisatawan ketika sedang melakukan kegiatan wisata dapat diberikan sebagai hadiah untuk dirinya sendiri, keluarga juga teman. Penelitian yang dilakukan oleh Goeldner, Ritchie & McIntosh (Swanson & Horridge, 2016) mengungkapkan bahwa wisatawan rela mengeluarkan uang membeli souvenir untuk dijadikan sebagai hadiah khusus kepada orang lain jika benda tersebut memiliki kualitas tinggi dan menarik.

Littrell, dkk (1994) mengatakan bahwa aktifitas wisata yang dilakukan oleh wisatawan memiliki hubungan yang erat dengan perilaku pembelian souvenir, termasuk jenis souvenir yang dibeli. Aktifitas wisata tersebut kemudian digunakan untuk melihat *tourism style* atau gaya wisata wisatawan. Gaya wisata merupakan pengklasifikasian wisatawan berdasarkan berbagai variabel yang berhubungan dengan aktifitas perjalanan yang dilakukan, salah satunya adalah berbelanja, Littrell, dkk (1994). Gaya wisata dapat digunakan sebagai dasar segmentasi pasar pada bidang pariwisata untuk perusahaan atau penjual souvenir, sehingga dengan begitu perusahaan dapat melihat kebutuhan wisatawan.

Gaya wisata dapat digunakan sebagai dasar segmentasi pasar bagi perusahaan atau penjual souvenir. Segmentasi pasar merupakan proses membagi pasar konsumen ke dalam sub-berbeda dengan kebutuhan umum atau karakteristik dan memilih satu atau lebih segmen untuk menargetkan dengan bauran pemasaran yang berbeda (Schiffman & Kanuk, 2007). Dey & Sarma (2012) menyampaikan bahwa keberadaan segmen yang berbeda dapat terlihat dari motivasi perjalanan dan preferensi aktifitas. Berdasarkan hal tersebut, segmen pasar dapat dibedakan menjadi empat berdasarkan gaya wisatanya, yaitu *ethnic, art and people* atau etnik, seni dan masyarakat yang melakukan kegiatan wisatanya dengan mengunjungi komunitas etnik serta masyarakat setempat; *historic and park oriented* atau wisata sejarah dan taman merupakan gaya wisata yang berorientasi pada hal-hal yang bersifat sejarah juga menikmati keindahan alam; *urban entertainment oriented* atau wisata hiburan kota merupakan gaya wisata yang terlibat dalam kegiatan rekreasi; serta *active outdoor oriented* atau wisata kegiatan luar ruangan merupakan gaya wisata yang melakukan kegiatan wisatanya di area alam terbuka seperti pantai dan pegunungan.

Salah satu hal yang tidak terlepas dari kegiatan wisata adalah melakukan pembelian souvenir, sehingga dari hal tersebut gaya wisata memiliki hubungan yang erat dengan perilaku wisatawan, termasuk dalam hal membeli souvenir (Littrell, dkk., 1994). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah terdapat perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah ditinjau dari gaya wisata.

#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis utama dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> : Terdapat perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah pada wisatawan yang memiliki gaya wisata etnik, seni dan masyarakat; wisata sejarah dan taman; wisata hiburan kota; serta wisata luar ruangan.

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah pada wisatawan yang memiliki gaya wisata etnik, seni dan masyarakat; wisata sejarah dan taman; wisata hiburan kota; serta wisata luar ruangan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat komparatif atau perbedaan dengan bantuan kuesioner. Penelitian komparatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk membedakan antara dua atau lebih kelompok penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah dengan gaya wisata. Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan cara membagikan kuesioner gaya wisata serta perilaku pembelian souvenir yang dimodifikasi dari penelitian Littrell, dkk (1994) serta Wilkins (2009).

#### **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

Berikut merupakan variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Variabel bebas (X) : gaya wisata

Variabel terikat (Y) : perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah.

### C. Definisi Operasional

Berikut definisi operasional dari setiap variabel penelitian yang digunakan:

#### 1. Gaya Wisata

Gaya wisata dapat diartikan sebagai klasifikasi wisatawan berdasarkan berbagai variabel yang berkaitan dengan aktifitas perjalanan yang dilakukan, seperti berbelanja. Terdapat empat gaya yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 1  
Jenis Gaya Wisata

<b>Dimensi</b>	<b>Aspek</b>	<b>Indikator</b>
<i>Ethnic, Arts and People Oriented</i> atau wisata etnik, seni dan masyarakat	Mengunjungi komunitas etnik dan masyarakat setempat	Keinginan untuk mengunjungi komunitas yang ada serta berpartisipasi terhadap kegiatan masyarakat.
	Mengunjungi galeri seni dan museum	Mengunjungi tempat-tempat kesenian juga museum.
<i>History and Parks Tourism</i> atau wisata sejarah dan taman	Mengunjungi tempat bersejarah serta menikmati keindahan alam dan yang ada.	Keinginan untuk menikmati keindahan alam serta mengetahui tempat-tempat bersejarah pada kegiatan wisata yang dilakukan juga mendokumentasikannya dalam bentuk foto sebagai kenang-kenangan.
<i>Urban Entertainment Tourism</i> atau wisata hiburan kota	Mengunjungi serta menikmati hiburan perkotaan.	Melakukan kegiatan wisata dengan cara mengunjungi tempat-tempat hiburan yang berada di perkotaan dan melakukan aktifitas berupa berbelanja, mengunjungi klub olahraga, klub malam dan lainnya.
<i>Active Outdoor Tourism</i> atau kegiatan wisata luar ruangan	Mengunjungi tempat wisata luar ruangan, seperti	Keinginan untuk melakukan kegiatan jelajah alam, berkemah, berburu dan

---

eksplorasi alam aktifitas lainnya yang jauh yang jauh dari dari kehidupan perkotaan. kegiatan perkotaan.

---

## 2. Perilaku Pembelian Suvenir

Perilaku pembelian souvenir merupakan salah satu kegiatan yang kebanyakan dilakukan wisatawan ketika sedang melakukan kunjungan wisata. Souvenir sendiri dapat diartikan sebagai suatu benda yang dapat memberikan ingatan akan tempat yang pernah dikunjungi sebelumnya. Terdapat tiga dimensi perilaku pembelian souvenir, yaitu souvenir sebagai hadiah, sebagai memori dan sebagai bukti. Peneliti hanya akan menggunakan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah pada. Berikut aspek dan indikator dimensi yang digunakan:

Tabel 2  
Dimensi perilaku pembelian souvenir

<b>Dimensi</b>	<b>Aspek</b>	<b>Indikator</b>
Souvenir sebagai hadiah atau <i>gift</i>	Memberikan kepada keluarga dan teman	Pembelian souvenir akan diberikan kepada keluarga dan teman sebagai hadiah dari hasil perjalanan yang telah dilakukan.

## D. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada tempat wisata yang berada di Malang provinsi Jawa Timur, seperti pantai, pegunungan, museum dan sebagainya. Pelaksanaan penelitian akan dilakukan secara kondisional oleh peneliti dalam kurun waktu yang telah ditetapkan oleh peneliti.

## E. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Adapun yang menjadi populasi penelitian ini adalah orang-orang yang berkunjung atau berwisata ke tempat wisata kota Malang, seperti pantai, pegunungan, museum, dan lainnya.

### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan (Sugiyono, 2013). Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berkunjung ke tempat wisata yang ada di kota Malang pada saat penelitian dilakukan. Oleh karena populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel dilakukan dengan metode Isaac Michael sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2} \dots\dots\dots (1)$$

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.1)^2}$$

$$= 96.04 \approx 96 \text{ sampel}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada  $\alpha = 5\%$  (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka  $Z = 1,96$

moe = *margin of error*, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

Berdasarkan perhitungan diatas minimal sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden. Adapun kriteria yang akan dijadikan sebagai responden adalah wisatawan yang sedang melakukan kunjungan wisata di Malang.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*, yang mana peneliti menemui responden secara kebetulan sedang melakukan kunjungan wisata. Alasan peneliti menggunakan teknik tersebut karena peneliti hanya akan mengambil data berdasarkan responden yang datang ke tempat wisata saat penelitian dilakukan.

## F. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

### 1. Tahap Persiapan

- a. Melakukan pemahaman mengenai variabel yang ditentukan untuk memperoleh konsep teoritis yang jelas.
- b. Menentukan desain penelitian yang akan digunakan agar metode penelitian yang digunakan sesuai dengan tema penelitian.
- c. Mempersiapkan alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian yang dimodifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Wilkins dan Litrell, dkk Adapun alat ukur yang digunakan adalah skala gaya

wisata (kegiatan wisata luar ruangan) sebanyak 4 item dan skala perilaku pembelian souvenir sebanyak 19 item.

- d. Melakukan transadaptasi alat ukur dalam bahasa Indonesia dengan bantuan pusat bahasa FIB Brawijaya.
- e. Melakukan uji coba alat ukur yang digunakan. Tujuan dari uji coba sendiri adalah untuk mengetahui keabsahan serta kehandalan dari *item* yang ada. Uji coba akan dilakukan pada mahasiswa Universitas Brwijaya yang pernah melakukan kunjungan wisata.
- f. Melakukan revisi alat ukur yang dapat dilakukan dengan cara mempertahankan *item* yang lolos uji validitas dan reliabilitas, kemudian membuang *item* yang tidak lolos setelah uji coba. Setelah itu, peneliti akan melakukan penyusunan kembali alat ukur yang akan digunakan ketika mengambil data.

## 2. Tahap Pengumpulan Data

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan cara mengambil data pada wisatawan yang sedang melakukan kegiatan wisata di kota Malang.

## 3. Tahap Analisis

- a. Peneliti terlebih dahulu melakukan pemeriksaan data untuk melihat data mana saja yang layak digunakan dalam penelitian.
- b. Melakukan olah data, dengan cara skoring pada setiap hasil skala kemudian melakukan analisis data dengan menggunakan perhitungan statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang

diajukan. Tahap ini dilakukan dengan bantuan menggunakan SPSS 20.0 *for Windows*.

- c. Pembahasan, yang dilakukan dengan cara menginterpretasikan serta membahas hasil analisis statistik berdasarkan teori dan kerangka berpikir yang diajukan sebelumnya dan merumuskan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

### **G. Instrumen Penelitian**

Penelitian menggunakan dua skala sebagai alat ukur untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Skala tersebut menggunakan model skala Likert yang berisi beberapa pernyataan tertulis untuk mengukur gaya wisata dan perilaku pembelian souvenir.

#### **1. Skala Gaya Wisata**

Skala gaya wisata yang digunakan dalam penelitian ini di modifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Littrell , dkk (1994). Skala ini diukur dengan menggunakan model skala Likert. Terdapat empat kategori jawaban dengan nilai tertentu. Setiap individu memiliki jawabannya masing-masing serta tidak terdapat jawaban yang salah. Keempat alternatif jawaban yang tersedia, yaitu 1 (sangat tidak penting), 2 ( tidak penting), 3 (penting), 4 (sangat penting).

Tabel 3  
*Blue print* variabel gaya wisata

<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Nomor item</b>	<b>Jumlah</b>
<i>Ethnic, Arts and People Oriented</i> atau wisata etnik, seni dan masyarakat	Keinginan untuk mengunjungi keaslian komunitas yang ada serta berpartisipasi terhadap kegiatan masyarakat.	3, 4, 5, 7, 8	5
	Mengunjungi tempat-tempat kesenian juga museum.	1, 2, 6	3
<i>History and Parks Tourism</i> atau wisata sejarah dan taman	Keinginan untuk menikmati keindahan alam serta mengetahui tempat-tempat bersejarah pada kegiatan wisata yang dilakukan juga mendokumentasikannya dalam bentuk foto sebagai kenang-kenangan.	9, 10, 11, 12, 13	5
	Melakukan kegiatan wisata dengan cara mengunjungi tempat-tempat hiburan yang berada di perkotaan dan melakukan aktifitas berupa berbelanja, mengunjungi klub olahraga, klub malam dan lainnya.	14, 15, 16, 17, 18, 19, 20	7
<i>Urban Entertainment Tourism</i> atau wisata hiburan kota	Keinginan untuk melakukan kegiatan jelajah alam, berkemah, berburu dan aktifitas lainnya yang jauh dari kehidupan perkotaan.	21, 22, 23, 24	4
<b>Jumlah</b>			<b>24</b>

## 2. Skala Perilaku Pembelian Souvenir

Bentuk alat ukur perilaku pembelian souvenir ini di modifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Kim (1997) dengan tiga dimensi, yaitu souvenir sebagai hadiah, memori dan bukti. Penelitian ini merupakan penelitian kelompok. Peneliti hanya akan menggunakan dimensi perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah. Skala ini juga menggunakan model skala

Likert, yang mana terdapat 4 alternatif jawaban di setiap *item* yang tersedia. Keempat alternatif jawaban tersebut, yaitu 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju), 4 (sangat setuju).

Tabel 4  
*Blue print* variabel perilaku pembelian suvenir

<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Nomor Item</b>	<b>Jumlah</b>
Suvenir sebagai hadiah	Hadiah kepada keluarga atau teman	1,2,3,4,5,6,7	7
Suvenir sebagai pengingat	Pengingat perjalanan yang pernah dilakukan	8, 9, 10, 11, 12,	6
Suvenir sebagai bukti	Bukti Sarana komunikasi dengan orang lain	13, 16, 17, 18 14, 15,	4 2
<b>Jumlah</b>			<b>19</b>

## H. Pengujian Alat Ukur

### 1. Uji Validitas

Menurut (Azwar, 2012) untuk mengetahui keakuratan data maka perlu dilakukan pengujian validitas atau validasi. Validitas dapat diartikan sejauh mana akurasi suatu alat ukur dalam menjalankan fungsinya dalam pengukuran. Suatu alat ukur dapat dikatakan valid jika dapat digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur (Sugiyono, 2013).

Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi (*content validity*). Validitas isi adalah validitas yang dapat dilakukan dengan cara melakukan pengujian terhadap isi tes melalui analisis rasional atau *professional judgement* (Azwar, 2012). Terdapat dua jenis validitas isi, yaitu validitas tampak (*face validity*) serta validitas logik (*logical validity*).

a. *Face validity* atau validitas tampak

Menurut Sekaran (2016) validitas tampak merupakan validitas isi yang paling dasar, yang menunjukkan bahwa aitem-aitem yang tersedia memberikan kesan mampu untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Gregory (Azwar, 2012) validitas tampak hanya sekedar tahap penerimaan orang pada umumnya terhadap fungsi pengukuran tes yang diberikan yang tidak berhubungan dengan statistik validitas seperti koefisien atau indeks. Azwar (2013) mengungkapkan bahwa validitas tampak merupakan kondisi yang perlu dipenuhi pertamakali sebelum layak membahas sisi lain dari kualitas tes. Apabila penampilan skala terlihat meyakinkan dan memberikan kesan mampu untuk mengungkap apa yang hendak diukur, maka dapat dikatakan bahwa validitas tampak terpenuhi.

Tabel berikut ini menunjukkan presentase tanggapan responden terhadap validitas tampak skala uji coba yang disebarkan, yang meliputi penampilan *cover*, ukuran huruf yang digunakan, penggunaan jenis huruf dan penyampaian kalimat yang tersedia pada skala.

Tabel 5  
Hasil validitas tampak uji coba skala

<b>Validitas Tampak</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>	
<i>Cover</i> Skala	Baik	14	46.7
	Cukup	13	43.3
	Kurang	3	10
Ukuran Huruf	Baik	18	60
	Cukup	12	40
	Kurang	-	-
Jenis Huruf yang Digunakan	Baik	18	60
	Cukup	12	40

	Kurang	-	-
	Baik	15	50
Kalimat yang Disampaikan	Cukup	11	36.7
	Kurang	4	13.3

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa sebanyak 14 responden (46.7 %) menyatakan penggunaan *cover* pada alat ukur baik, selain itu sebanyak 18 responden (60%) menyatakan bahwa ukuran huruf yang digunakan pada skala baik, sebanyak 18 responden (60 %) juga menyatakan bahwa penggunaan jenis huruf pada skala baik, dan sebanyak 15 responden (50%) menyatakan bahwa penyampaian kalimat pada skala tersebut baik. Melalui hasil tersebut peneliti kemudian memutuskan untuk tidak merubah tampilan skala yang digunakan, namun hanya memperbaiki penyampaian kalimat yang digunakan dalam kuesioner supaya lebih baik.

b. *Logical validity* atau validitas logik

Validitas logik disebut juga sebagai validitas sampling (*sampling validity*) yang menunjukkan sejauh mana isi tes (dalam hal ini aitem yang digunakan) dapat merepresentasikan atribut yang hendak diukur. Prosedur penilaian aitem dalam penelitian ini dapat diperoleh dari penilaian profesional (*expert judgement*). Prosedur penilaian tersebut akan menghasilkan validitas logis atau merupakan tinggi rendahnya kesepakatan para ahli yang menilai kelayakan suatu skala pengukuran (Azwar, 2012).

Validitas logik dalam penelitian ini dilakukan oleh dua dosen Psikologi yang bergerak di bidang psikologi industri dan organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan saran atau penilaian terhadap skala yang digunakan peneliti.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memperlihatkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dihandalkan. Uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat reliabilitas alat ukur yang digunakan, peneliti menggunakan formula Cronbach Alpha. Arikunto (Paramita, 2015) menyatakan bahwa suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha  $>0.60$ . kriteria Cronbach Alpha dapat diperhatikan di bawah ini.

Tabel 6  
Indeks Nilai Reliabilitas Cronbach Alpha

<b>Nilai Cronbach Alpha</b>	<b>Kriteria</b>
<0.20	Sangat Rendah
0.20-0.39	Rendah
0.40-0.59	Cukup Tinggi
0.60-0.79	Tinggi
0.80-1.00	Sangat Tinggi

Setelah melakukan uji coba, peneliti kemudian melakukan proses perhitungan reliabilitas terhadap skala yang digunakan dalam penelitian. Berikut merupakan hasil reliabilitas masing-masing skala.

Tabel 7.  
Hasil Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item Lolos
Gaya Wisata	0.867	15
Perilaku Pembelian Souvenir	0.934	19

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai skala gaya wisata memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.867, hal tersebut menunjukkan bahwa skala yang dipakai sudah sangat reliabel untuk digunakan karena memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* 0.80-1.00. Terdapat sebanyak 9 aitem yang dinyatakan tidak lolos dari 24 aitem yang digunakan, karena tidak memenuhi  $r_{ix} \geq 0,2$ .

Hasil perhitungan skala perilaku pembelian souvenir juga memperlihatkan nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0.934 dan keseluruhan aitem dinyatakan lolos. Hal tersebut memnunjukkan bahwa skala perilaku pembelian souvenir memenuhi kategori sangat reliabel (0.80-1.00). Berikut tabel *blue print* gaya wisata setelah dilakukan uji coba pada skala yang digunakan.

Tabel 8  
*Blue print* gaya wisata setelah uji coba

No	Aspek	Nomor item	Jumlah
1	<i>Ethnic, Arts and People Oriented</i> atau wisata etnik, seni dan masyarakat	1*, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8*	6
2	<i>History and Parks Tourism</i> atau wisata sejarah dan taman	9, 10, 11, 12*, 13*	3
3	<i>Urban Entertainment Tourism</i> atau wisata hiburan kota	14*, 15*, 16, 17*, 18*, 19, 20*	2
4	<i>Active Outdoor Tourism/</i> kegiatan wisata luar ruangan	21, 22, 23, 24	4
Jumlah			15

\*) aitem tidak lolos

## I. Analisis Data

Analisis data ditujukan untuk mengolah serta menganalisis data yang diperoleh. Pengolahan data serta analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara uji asumsi serta uji hipotesis.

### 1. Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan sebelum hasil analisis hasil penelitian dilakukan.

Uji asumsi terbagi atas dua, yaitu:

#### a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk melihat apakah kedua variabel penelitian terdistribusi secara normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Taraf nyata yang digunakan dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah 5% (0,05), yang artinya jika signifikansi  $>0,05$  maka data dapat dikatakan terdistribusi normal, dan sebaliknya.

#### b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel yang dibandingkan homogen atau tidak. Uji homogenitas ini dilakukan dengan menggunakan *Levene's test* dengan alasan karena penelitian ini membandingkan dua varians. Menurut Santoso (Rojihah, 2015) data dapat dikatakan homogen apabila signifikansi  $>0,05$  dan  $H_0$  dapat diterima, sebaliknya jika signifikansi yang diperoleh  $<0,05$  maka varians kelompok menunjukkan tidak homogen dan  $H_0$  ditolak.

## 2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah ditinjau dari gaya wisata (etnik, seni dan masyarakat; sejarah dan taman; hiburan kota; serta kegiatan luar ruangan). Analisis data yang diperoleh dilakukan dengan menggunakan uji beda *one way* ANOVA, yang mana bertujuan untuk mengukur perbedaan rata-rata lebih dari dua kelompok. Hipotesis yang diajukan diterima atau tidak, dapat dilihat dari perbandingan antara nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan sebagai berikut.

- a. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, dan sebaliknya.
- b. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap wisatawan yang sedang melakukan atau mengunjungi tempat wisata di kota atau kabupaten Malang. Jumlah subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah 360 yang melebihi batas minimal sampel penelitian. Jumlah sebanyak 360 subyek tersebut diambil dengan pertimbangan sangat besarnya data *real* jumlah wisatawan nusantara ke Jawa Timur yang disajikan oleh Kemenpar tahun 2014.

Deskripsi subjek pada penelitian ini dapat dilihat dari data identitas subjek, berupa usia, jenis kelamin, jenis perjalanan, total pendapatan atau uang saku per bulan, alokasi biaya untuk berwisata, serta jumlah pengeluaran untuk pembelian souvenir. Berikut tabel deskripsi subjek penelitian pada penelitian ini.

Tabel 9  
Data demografi subjek penelitian

Kategori Subjek Penelitian	Kategori	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	170	47,2
	Perempuan	190	52,8
Usia	10-20 tahun	119	33,1
	21-30 tahun	201	55,8
	31-40 tahun	28	7,8
	41-50 tahun	5	1,4
	>50 tahun	7	1,9
Pendapatan atau Uang saku per bulan	<2500000	234	65
	2500000-5000000	89	24,7
	5000000-7500000	27	7,5
	>7500000	10	2,8
Alokasi Biaya Wisata	<1000000	240	66,7

	1000000-2000000	70	19,4
	2000000-3000000	39	10,8
	>4000000	11	3,1
Pengeluaran Membeli Suvenir	<500000	225	62,5
	500000-1000000	88	24,4
	>1000000	47	13,1
Gaya Wisata	Etnik, seni dan masyarakat	49	13,6
	Sejarah dan taman	223	61,9
	Hiburan kota	42	11,4
	Luar ruangan	47	13,1

Berdasarkan tabel 9 diatas terlihat bahwa wisatawan dalam penelitian ini 52,8% berjenis kelamin perempuan dan 47,2% berjenis kelamin laki-laki. Rentang usia yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari 10 hingga lebih dari 50 tahun, yang mana persentase paling tinggi berada pada rentang usia 21-30 tahun (55,8%). Melalui tabel 9 diatas juga terlihat bahwa pendapatan atau uang saku per bulannya ditampilkan dalam rentang yang dimulai dari jumlah <2500000 - >750000, dari hasil yang diperoleh jumlah pendapatan atau uang saku tertinggi berada pada <250000 (65%). Data alokasi biaya wisata wisatawan, persentase tertinggi berada pada rentang <1000000 (66,7%). Persentase pengeluaran wisatawan dalam membeli suvenir juga ditampilkan dalam rentang yang dimulai dari <500000 - >1000000 dan dari hasil olah data yang diperoleh, pengeluaran tertinggi berada pada rentang <500000 (62,5%). Data mengenai jumlah subjek berdasar gaya wisata memperlihatkan bahwa persentase tertinggi berada pada gaya wisata sejarah dan taman (61,9%).

## **B. Hasil Penelitian**

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, yang mana jumlah aitem kuesioner yang digunakan sebanyak 34 butir pernyataan.

### **1. Uji Asumsi**

Uji asumsi dilakukan sebelum pengujian hipotesis dilakukan. Uji asumsi yang dilakukan, yaitu uji normalitas juga uji homogenitas. Berikut ini hasil pengujian asumsi yang dilakukan.

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk melihat data terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini, dapat dilihat dari uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* yang bertujuan untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal, jika nilai signifikansi yang diperoleh  $>0,05$ . Hasil *output* SPSS yang dilakukan menunjukkan hasil *Asymtotic Significance* sebesar 0,302 ( $>0,05$ ). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

#### **b. Uji Homogenitas**

Uji homogenitas dilakukan untuk melihat apakah data variabel yang dibandingkan homogen atau tidak. Uji ini dilakukan menggunakan *Levene's test*. Hasil perhitungan yang dilakukan memperlihatkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,527 ( $>0,05$ ). Melalui hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan sudah homogen.

## 2. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji apakah terdapat perbedaan masing-masing variabel gaya wisata terhadap perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah, yang dilakukan dengan menggunakan *one way* ANOVA.

Berikut merupakan hasil analisis varian *one way* anova yang dilakukan.

Tabel 10

Distribusi rata-rata gaya wisata menurut perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah

Variabel	Mean	SD	Sig.
Perilaku Pembelian Souvenir sebagai Hadiah			
- Gaya Wisata Etnik, Seni dan Masyarakat	19,00	3,000	0,067
- Gaya Wisata Sejarah dan Taman	20,00	2,692	
- Gaya Wisata Hiburan Kota	20,17	2,568	
- Gaya Wisata Luar Ruangan	19,34	3,205	

Berdasarkan tabel 10 diatas diperoleh rata-rata gaya wisata etnik, seni dan masyarat sebesar 19 dengan standar deviasi 3; rata-rata gaya wisata sejarah dan taman sebesar 20 dengan standar deviasi 2,692; rata-rata gaya wisata hiburan kota sebesar 20,17 dengan standar deviasi 2,568; serta rata-rata gaya wisata luar ruangan sebesar 19,34 dengan standar deviasi 3,205.

Melalui hasil uji statistik yang dilakukan pada uji ANOVA diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,067. Hal ini berarti menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,067 > 0,05$ ). Sesuai dengan kriteria pengujian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah ditinjau dari gaya wisata etnik,

seni dan masyarakat; gaya wisata sejarah dan taman; gaya wisata hiburan kota; serta gaya wisata luar ruang ( $H_0$  diterima).

### C. Analisis Tambahan

Meskipun tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan apakah terdapat perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah ditinjau dari gaya wisata, namun peneliti merasa tertarik untuk melakukan pengolahan data mengenai konstruk perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah yang dikaitkan dengan jenis kelamin menggunakan *independent sample t-test*.

Tabel 11.  
Hasil signifikansi *independent sample t-test*

Variabel	Jenis Kelamin	Mean	Sig.
Perilaku Pembelian Souvenir sebagai Hadiah	Laki-laki	19,29	0,001
	Perempuan	20,25	

Berdasarkan tabel 11 diatas terlihat bahwa hasil signifikansi antara perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah dengan jenis kelamin adalah  $0,001 < 0,05$ . Melalui hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa rata-rata perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah antara laki-laki dan perempuan adalah berbeda.

### D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan perilaku pembelian souvenir pada wisatawan yang memiliki gaya wisata etnik, seni dan masyarakat; sejarah dan taman; hiburan kota; serta kegiatan luar ruangan. Hasil penelitian yang dilakukan memperlihatkan bahwa tidak terdapat perbedaan

perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah pada wisatawan yang memiliki gaya wisata etnik, seni dan masyarakat; sejarah dan taman; hiburan kota; serta kegiatan luar ruangan. Hal tersebut terbukti dari hasil analisis yang dilakukan yang menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikansi ( $0,067 > 0,05$ ). Melalui hasil yang diperoleh tersebut, maka penelitian ini tidak berhasil membuktikan  $H_a$  yang menyatakan “terdapat perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah pada wisatawan yang memiliki gaya wisata etnik, seni dan masyarakat; sejarah dan taman; hiburan kota; serta kegiatan luar ruangan”.

Anderson (Kim, 1997) mengatakan bahwa souvenir merupakan suatu benda nyata yang keberadaannya dapat memberikan manfaat di waktu mendatang, berupa memori atau ingatan tentang perjalanan yang pernah dilalui. Littrell (Littrell & Mary, 2012) juga mengatakan bahwa souvenir merupakan salah satu komponen penting yang harus dimiliki ketika sedang mengunjungi suatu tempat tertentu, karena souvenir dapat digunakan sebagai pengingat akan perjalanan yang pernah dilalui, dapat juga digunakan untuk meningkatkan rasa percaya diri, mengekspresikan kreatifitas serta meningkatkan rasa estetika. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Littrell, dkk (1994) mengungkapkan bahwa sebesar 70% wisatawan membeli souvenir untuk dijadikan sebagai hadiah yang akan diberikan kepada teman ataupun keluarga mereka. Sejalan dengan hal tersebut, Wilkins (2009) juga mengatakan bahawa salah satu manfaat dari pembelian souvenir oleh wisatawan adalah untuk dijadikan sebagai hadiah. Wilkins mengatakan souvenir yang dibeli dapat diberikan sebagai hadiah kepada dirinya sendiri maupun kepada orang lain dari hasil perjalanan yang sudah dilakukan.

Literatur yang membahas mengenai perilaku konsumen mengatakan bahwa faktor situasional seperti memberikan hadiah kepada orang lain mempengaruhi keputusan membeli konsumen, Kim & Littrell (2001). Rucker, dkk (Kim & Littrell, 2001) menyampaikan bahwa seseorang yang akan memberikan sesuatu kepada orang lain sebagai hadiah lebih memiliki perencanaan yang besar dibandingkan untuk dirinya sendiri. Sherry (Kim & Littrell, 2001) mengungkapkan beberapa alasan pemberian souvenir sebagai hadiah oleh wisatawan, yaitu untuk memberikan rasa senang kepada si penerima hadiah serta memberikan kepuasan pribadi; Belk & Coon (Kim & Littrell, 2001) juga mengungkapkan bahwa salah satu alasan memberikan hadiah kepada orang lain adalah untuk mengungkapkan perasaan cinta kepada orang yang dituju; hal lainnya juga disampaikan oleh Goodwin, Smith & Spiggle (Kim & Littrel, 2001) bahwa motif seseorang dalam memberikan sesuatu sebagai hadiah kepada orang lain adalah kewajiban dan kerelaan hati.

Littrell, dkk (Swanson & Horridge, 2016) menyampaikan bahwa perilaku pembelian souvenir memiliki keterkaitan yang erat dengan gaya wisata. Gaya wisata merupakan hasil dari pengklasifikasian aktifitas wisata yang dilakukan oleh wisatawan (Littrell, 1994).. Swanson & Horridge (2016) mengatakan bahwa aktifitas wisata yang dilakukan oleh wisatawan juga memiliki hubungan yang positif dengan perilaku konsumsi souvenir wisatawan. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara preferensi aktifitas perjalanan dengan konsumsi souvenir pada wisatawan yang memiliki gaya wisata etnik, seni dan masyarakat yang diidentifikasi oleh Littrell, dkk (1994).

Wisatawan terlihat berpartisipasi dalam festival komunitas dan menjadi satu dengan masyarakat setempat serta mengunjungi daerah setempat. Suvenir yang dibeli oleh wisatawan berupa kerajinan tangan yang dapat digunakan di rumah, perhiasan, makanan lokal, barang antik serta buku tentang daerah yang dikunjungi yang dapat digunakan sebagai hadiah untuk oranglain. Tiga gaya lainnya yang diidentifikasi oleh Littrel, dkk dikatakan tidak sepenuhnya memiliki hubungan antara perilaku pembelian suvenir dengan aktifitas perjalanan yang dilakukan, Swanson & Horridge (2016).

Penelitian awal mengenai perilaku pembelian suvenir dikembangkan oleh Littrell, dkk (1994) yang mengembangkan empat gaya wisata, yaitu gaya wisata etnik, seni dan masyarakat; wisata sejarah dan taman; wisata hiburan kota; serta wisata luar ruangan. Gaya wisata etnik, seni dan masyarakat merupakan wisatawan yang menganggap bahwa perjalanan yang dilakukan merupakan kesempatan untuk belajar serta mengembangkan diri sendiri. Wisatawan ini dikatakan akan lebih memilih membeli suvenir berupa makanan, buku, barang antik dan perhiasan; wisata sejarah dan taman merupakan gaya wisata yang berorientasi pada hal-hal yang bersifat sejarah seperti museum juga keindahan alam seperti menikmati taman. Wisatawan dengan gaya ini dikatakan akan memilih jenis suvenir seperti kerajinan tangan, kartu pos daerah yang dikunjungi, makanan lokal serta buku mengenai daerah yang dikunjungi; gaya wisata hiburan kota merupakan wisatawan yang berorientasi aktif pada kegiatan wisata yang dijalani, wisatawan akan melakukan kegiatan berupa berbelanja di pagi hari, pergi ke taman hiburan atau menyaksikan kegiatan olah raga di siang hari, serta

mengunjungi klub malam di malam hari. Wisatawan dengan gaya ini akan memilih untuk membeli souvenir yang dapat memberikan kenangan atau ingatan tentang tempat yang dikunjungi, seperti spidol, baju atau barang lainnya; sedangkan gaya wisata hiburan kota merupakan gaya wisata yang mana wisatawan aktif pada kegiatan luar ruangan seperti melakukan kegiatan *hiking*, memancing, jelajah alam dan lainnya. Wisatawan dengan gaya ini akan lebih memilih untuk membeli souvenir seperti kaos dan kerajinan tangan yang berasal dari alam, Littrell (Swanson & Horridge, 2006). Berdasarkan pemaparan diatas terlihat bahwa gaya wisata yang berbeda menjadikan wisatawan membeli jenis souvenir yang berbeda pula.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Littrell, dkk (1994) mengenai *souvenir and tourism styles* juga memperlihatkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara gaya wisata dengan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah. Hal tersebut dapat terlihat dari masing-masing nilai rata-rata gaya wisata terhadap perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah. Gaya wisata etnik, seni biasanya akan membeli souvenir seperti kerajinan tangan yang kemudian akan dijadikan sebagai hadiah untuk dirinya sendiri juga orang lain (dengan nilai rata-rata sebesar 32,65); gaya wisata sejarah dan taman akan lebih memilih jenis souvenir seperti makanan lokal, buku tentang daerah yang dikunjungi. Souvenir tersebut biasanya cenderung akan digunakan sebagai hadiah (dengan nilai rata-rata sebesar 13,49) juga sebagai bukti perjalanan yang pernah dilakukan; gaya wisata hiburan kota akan membeli souvenir seperti kaos, stiker dan barang lainnya yang dapat dijadikan sebagai koleksi pribadi. Souvenir yang dibeli biasanya cenderung dijadikan sebagai hadiah

untuk orang lain (dengan rata-rata sebesar 12,94) juga sebagai pengingat perjalanan yang pernah dilakukan; sedangkan pada wisatawan dengan gaya wisata luar ruangan akan lebih memilih jenis souvenir berupa kaus serta kerajinan tangan yang terbuat dari alam untuk dijadikan sebagai hadiah (nilai rata-rata sebesar 0,70) dan pengingat perjalanan yang pernah dilakukan. Melalui hal tersebut dapat dikatakan bahwa semakin tinggi nilai gaya wisata yang dimiliki oleh wisatawan maka akan semakin tinggi pula perilaku mereka terhadap pembelian souvenirnya.

Melalui hasil uji *one way* ANOVA yang telah dilakukan, penelitian ini tidak memperlihatkan perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah pada wisatawan yang memiliki gaya wisata etnik, seni dan masyarakat; sejarah dan taman; hiburan kota; serta gaya wisata luar ruangan. Melalui hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa keempat gaya wisata tidak memberikan perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah oleh wisatawan. Hal tersebut dikarenakan oleh beberapa faktor, diantaranya karena negara Indonesia yang cenderung menyediakan jenis souvenir yang sama di satu tempat wisata dengan tempat wisata lainnya sehingga menyebabkan wisatawan nusantara merasa enggan membeli souvenir tersebut karena menganggap tidak khas atau tidak berbeda dengan tempat wisata lainnya; selain itu juga disebabkan oleh faktor budaya Indonesia yang setiap bepergian cenderung membawa oleh-oleh atau buah tangan, sehingga perilaku membeli souvenir tidak lagi dilihat dari gaya wisatanya namun karena adanya tekanan sosial dari orang sekitarnya.

Alasan lain yang menjadikan penelitian ini tidak menunjukkan tidak terdapatnya perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah ditinjau dari

gaya wisata adalah karena adanya perbedaan kebudayaan di masing-masing negara. Penelitian yang dilakukan oleh Beatty, Kahle & Horners (Otman, Fon & Anna, 2005) mengatakan bahwa nilai budaya mempengaruhi perilaku pemberian hadiah (*gift giving*) kepada orang lain. Menurut mereka, dengan memberikan hadiah dapat memberikan hubungan yang lebih dekat dengan orang lain. Hal tersebut terlihat dari penelitian yang dilakukan oleh Park (Otman, Fon & Anna, 2005) yang menunjukkan bahwa perilaku pemberian hadiah budaya timur (Korea) berbeda dengan budaya barat (Amerika). Hal tersebut terlihat dari tingginya pengeluaran masing-masing negara dalam membeli sesuatu untuk dijadikan sebagai hadiah kepada orang lain. Masyarakat Korea (6,2%) disampaikan lebih banyak mengeluarkan biaya membeli barang dibandingkan masyarakat Amerika (2,6%) untuk dijadikan diberikan sebagai hadiah kepada orang lain. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Park (Otman, Fon & Anna, 2005), yang mana perilaku pemberian hadiah (*gift-giving*) pada negara Asia lebih tinggi dibandingkan negara Barat, sehingga dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa gaya wisata tidak membedakan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah.

#### **E. Pembahasan Analisis Tambahan**

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah pada wisatawan dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Hal tersebut terbukti dari nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ , dengan nilai rata-rata jenis kelamin laki-laki sebesar 19,29 dan perempuan sebesar 20,25. Melalui hasil yang diperoleh dapat diartikan bahwa perempuan

memiliki perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah lebih tinggi daripada laki-laki. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu oleh Wilkins (2009) yang menjelaskan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan dalam hal perilaku membeli souvenir sebagai hadiah liburan. Berdasarkan hasil tersebut, Wilkins menyampaikan bahwa 75% perempuan cenderung membeli hadiah dari hasil perjalanan yang dilakukan dari pada laki-laki yang hanya sebesar 70%. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis perempuan menganggap bahwa souvenir merupakan salah satu komponen terpenting yang harus dimiliki ketika sedang melakukan kegiatan wisata daripada laki-laki, Anderson & Littrell (Wilkins, 2009).

#### **F. Keterbatasan Penelitian**

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Belum dapat memberikan fokus penelitian, apakah lebih berfokus ke perilaku membeli atau lebih ke jenis souvenirnya.
2. Konstruksi alat ukur gaya wisata yang digunakan berisikan hal yang masih akan ingin dilakukan dan sudah melakukan.
3. Penggunaan variabel yang hanya satu dimensi (souvenir sebagai hadiah), pembagian dimensi pada variabel independen seharusnya tidak perlu dilakukan agar menghindari hilangnya variabel yang digunakan tersebut karena tidak memiliki indikator.
4. *Screening* subyek penelitian diharapkan lebih detail dan subyek yang memungkinkan melakukan pembelian souvenir.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah pada wisatawan yang memiliki gaya wisata etnik, seni dan masyarakat; gaya wisata sejarah dan taman; gaya wisata hiburan kota; serta gaya wisata luar ruangan.

#### **B. SARAN**

Berdasarkan penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

##### 1. Saran Teoritis:

- a. Untuk peneliti selanjutnya dengan tema yang sama, diharapkan dapat melakukan penelitian dengan metode yang berbeda. Karena masih minimnya penelitian tentang tema ini dengan menggunakan metode kuantitatif, maka dapat dilakukan dengan cara menggunakan metode kualitatif.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam mengenai perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah ditinjau dari gaya wisata etnik, seni dan masyarakat; gaya wisata sejarah dan taman; gaya wisata hiburan kota; serta gaya wisata luar ruangan agar hasil yang diperoleh lebih lengkap juga lebih baik.

- c. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menganalisis penelitian dengan tujuan lainnya, seperti melihat apakah terdapat pengaruh gaya wisata terhadap perilaku pembelian souvenir.

## 2. Saran Praktis

Melalui hasil analisis tambahan yang dilakukan oleh peneliti terlihat bahwa terdapat perbedaan perilaku pembelian souvenir sebagai hadiah ditinjau dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Hasil analisis menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan lebih banyak membeli souvenir untuk dijadikan sebagai hadiah dibandingkan laki-laki, sehingga dari hal itu diharapkan perusahaan atau pengelola tempat wisata lebih memperhatikan fasilitas ketersediaan souvenir dengan menyediakan berbagai jenis souvenir sesuai dengan kebutuhan masing-masing jenis kelamin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, N. A., & Ariffin, A. A. (2009). Identifying the relationship between travel motivations and lifestyles among Malaysian pleasure tourist and its marketing implications. *International Journal of Marketing Studies*, 1(2).
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas*. Edisi 4. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Dey, B., & Mrinmoy, K. S. (2012). Influences on souvenir buying intentions of tourists in crafts-rich region : *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 3, 66-85.
- Jang, S., Billy B., Clark, H., & Chi-Mei E. W. (2012). Affect, travel motivation, and travel intention: a senior market : *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(1), 51-73.
- Kim, S. (1997). International tourists' souvenir purchasing behaviour. *Retrospective Theses and Dissertations*, Iowa State University: diterbitkan
- Kim, S., & Mary, A. L. (2001). Souvenir buying intentions for self versus others: *Annals of Tourism Research*, 28 (3), 638-657.
- Kim, S., & Mary, A. L. (2012). Predicting souvenir purchase intentions: *Journal of Travel Research*, 38(2), 153-162.
- Kinley, T. R., Bharath, M. J., & Youn-Kyung K. (2003). Why and where tourist shop: motivations of tourist-shopper and their preferred shopping center attributes: *Journal of Shopping Center Research*.
- Kotler, P. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran: jilid 1*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Littrell, M., Sue, B., Rita, K., Sherry, G., Shirley, N., Rae, R., & JaneAnn, S. (1994). Souvenir and tourism style: *Journal of Travel Research*, 33(1), 3-11.
- Lu, J., Kam, H., Lili, W., Michael, A. S., & Liang, H. (2016). Do perceptions of time affect outbound-travel motivations and intention? An investigation among Chinese senior: *Tourism Management*, 53, 1-12.
- Oh, J. Y., Chia-Kuen, C., Xinran, Y. L., & Joseph, T. O. (2004). Predictors of tourists' shopping behaviour: examination of socio-demographic characteristics and trip typologies: *Journal of Vacation Marketing*, 10(4).
- Othman, N., Fon, S. O., & Anna, T. M. T. (2005). Occasions and motivations for gift-giving: a coparative study of Malay and Chinese consumers in urban Malaysia: *Asia Pacific Management*, 10(3).
- Paramita W. M. (2015). Perbedaan identitas etnis pada remaja etnis Jawa dan etnis Tionghoa di kota Malang. *Skripsi*: tidak diterbitkan.
- Paraskevaidis, P., & Kontantinos, A. (2015). Values of souvenir as commodities: *Tourism Management*, 48, 1-10.
- Rojihah. (2015). Perbedaan political awareness dilihat dari peran gender pemilih pemula. *Skripsi*: tidak diterbitkan.

- Schiffman, L.G & Leslie, K. (2007). *Consumer behavior*. 9th edition. Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U. (2006). *Metode penelitian bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Shi, L. (2010). Understanding leisure travel motivation of frequen travelers with mobility impairments. *Theses of Science Degree Health, Physical Education and Recreation Indiana University*: diterbitkan.
- Swanson, K. K, & Patricia, E. H. (2006). Travel motivations as souvenir purchase indicator: *Tourism Management*, 27, 671-683.
- Swanson, K. K., & Dallen, J. T. (2012). Souvenirs: icons of meaning, commercialization and commoditization: *Tourism Management*, 33, 489-499.
- Swanson, K. K, & Patricia E. H. (2016). A structural model for souvenir consumption, travel activities, and tourist demographic: *Journal of Travel Research*, 42.
- Sugiyono.(2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Vuuren, C. V., & Elmarie, S. (2011). Travel motivation and behaviour and tourists to a South African resort: *International Conference on Tourism and Management Studies*, 1.
- Wilkins, H. (2009). Souvenirs: what and why we buy: *Journal of Travel Research*.

#### **Sumber Internet:**

- Bisnis.com. (2015). Hasil survey: wisatawan Indonesia lebih doyan belanja dibandingkan negara lain. Diakses pada tanggal 28 Maret 2017 <http://traveling.bisnis.com/read/20150914/85/472070/hasil-survei-wisatawan-indonesia-lebih-doyan-belanja-dibandingkan-negara-lain>
- Kementerian Pariwisata. 2014. Statistik Profil Wisatawan Nusantara (Profil Penduduk Indonesia yang Melakukan Perjalanan). Diakses pada tanggal 28 Maret 2017 <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/Wisnus%202014.pdf>

## ***Lampiran 1. Skala Tourism Style***

### ***1. Ethnic, Arts and People Tourism***

1. Visiting art galleries, art museums, or studios
2. Attending concerts or the theater
3. Visiting with local residents
4. Visiting ethnic communities
5. Attending ethnic communities
6. Attending ethnic or community festivals or fairs
7. Meeting interesting people different than my self
8. Antiquing
9. Reading

### ***2. History and Parks Tourism***

1. Going to recreated villages depicting a past way of life
2. Visiting historic homes, historic sites, or history museums
3. Taking photographs
4. Visiting state or national parks

### ***3. Urban Entertainment Tourism***

1. Shopping
2. Bringing home souvenirs from the trip
3. Visiting cities

4. Visiting recreational theme parks
5. Taking a complete package tour
6. Attending sports events such as baseball or football
7. Participating in night entertainment such as dancing or nights club

### ***4. Active Outdoor Tourism***

1. Camping
2. Hiking, backpacking or taking nature walks
3. Swimming, tennis, golf, skiing, bicycling, boating or sailing
4. Fishing or hunting

## ***Lampiran 2. Skala Souvenir Buying as Gift***

### Souvenirs as Gifts

1. The item makes a good gift
2. Buying souvenirs for others shows that you are thinking of them
3. I generally buy gifts for my family or friends
4. I buy souvenirs as a gift to take when staying with family and friends overseas or interstate
5. I like to buy souvenirs that I can give to family or friends as gifts for special occasions
6. I like to buy souvenirs that can be used as Christmas or birthday presents
7. I like to exchange souvenirs with relatives

**Lampiran 3. Skala Gaya Wisata dan Perilaku  
Pembelian Suvenir Sebagai Hadiah**

**SKALA PSIKOLOGI**



**JURUSAN PSIKOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2017**

Dengan hormat,

Perkenalkan saya adalah mahasiswi jurusan Psikologi Universitas Brawijaya yang sedang melakukan penelitian skripsi untuk memenuhi tugas akhir. Saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi setiap pernyataan yang tersedia pada skala ini.

Terdapat sebanyak 54 pernyataan dalam skala ini. Silahkan tunjukkan seberapa tingkat persetujuan/ketidaksetujuan Anda terhadap setiap pernyataan dengan memberi tanda centang (√) pada jawaban yang Anda pilih. Tidak ada jawaban benar atau salah dan pastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan. Anda cukup memberi jawaban langsung sesuai apa yang muncul pertama kali di pikiran Anda. Hasil dari penelitian ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk penelitian

Malang, 19 Mei 2017

Hormat Saya,

Peneliti

Sebelum mengisi skala ini, silahkan terlebih dahulu lengkapi data diri Anda yang telah disediakan di bawah ini:

Nama (boleh inisial) :

Usia :

Jenis Kelamin : **L/P** \*(coret yang tidak perlu)

Jenis Perjalanan :  Individu  Teman  
 Rombongan  Keluarga

Asal : -Provinsi.....  
-Kab/Kota.....

- Apakah Anda memposting foto perjalanan Anda ke media sosial?  
 Iya  Tidak
- Jika iya berapa banyak foto yang diposting tiap perjalanan?  
 1-3  4-6  7-9
- Total pendapatan per-bulan / uang saku  
 ... < 2.500.000  2.500.000 - 5.000.000  
 5.000.000 - 7.500.000  > 7.500.000
- Alokasi biaya total untuk wisata  
 ... < 1.000.000  1.000.000 – 2.000.000  
 2.000.000 – 3.000.000  > 4.000.000

### Petunjuk Pengisian:

Mohon memberikan penilaian derajat kepentingan aktivitas di bawah ini bagi perjalanan wisata Anda.

STP = Sangat Tidak Penting  
TP = Tidak Penting  
P = Penting  
SP = Sangat Penting

No	Pernyataan	STP	TP	P	SP
1	Melihat konser atau pertunjukan ketika berwisata				
2	Mengunjungi penduduk lokal ketika berwisata				
3	Mengunjungi komunitas etnik ketika berwisata				
4	Melihat komunitas etnik ketika berwisata				
5	Mengunjungi festival atau perayaan etnik ketika berwisata				
6	Bertemu dengan orang-orang menarik yang berbeda dengan diri saya ketika berwisata				
7	Membaca sesuatu ketika berwisata				
8	Mengunjungi desa yang memperlihatkan kehidupan zaman dahulu ketika berwisata				

No	Pernyataan	STP	TP	P	SP
9	Berfoto ketika sedang berwisata				
10	Mengunjungi kota-kota yang ada untuk melakukan salah satu kegiatan wisata saya.				
11	Melihat pertandingan olahraga seperti sepak bola di kota yang saya kunjungi				
12	Berkemah di tempat wisata yang dikunjungi				
13	Jelajah alam ketika melakukan kegiatan wisata				
14	Berenang, tenis, golf, ski, bersepeda, atau naik perahu ketika berwisata				
15	Melakukan kegiatan berupa memancing atau berburu ketika berwisata				

### Petunjuk Pengisian:

Mohon memberikan penilaian yang sesuai dengan memberikan centang (√) pada kotak yang tersedia.

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Suvenir yang saya beli dapat dijadikan sebagai hadiah yang bagus				
2	Saya membeli souvenir untuk orang lain sebagai bentuk perhatian terhadap mereka				
3	Umumnya saya membeli souvenir untuk teman atau keluarga				
4	Saya membeli souvenir sebagai oleh-oleh ketika menginap di luar kota				
5	Saya suka membeli souvenir yang dapat diberikan kepada keluarga atau teman sebagai hadiah ketika mereka sedang melakukan acara khusus				

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
6	Saya suka membeli suvenir yang dapat dijadikan sebagai hadiah ulang tahun atau hari raya				
7	Saya suka tukar menukar suvenir dengan keluarga				
8	Suvenir membuat saya ingat terhadap tempat yang pernah saya datangi				
9	Saya suka membeli suvenir yang menggambarkan tempat yang saya kunjungi				
10	Suvenir dapat dijadikan sebagai pengingat pengalaman wisata saya yang istimewa				
11	Saya membeli suvenir yang dapat memberikan ikatan terhadap tempat yang saya kunjungi				
12	Suvenir yang saya beli berhubungan dengan perjalanan saya				
13	Saya membeli suvenir untuk mengingatkan pada pengalaman wisata yang pernah dilakukan				
14	Saya suka membeli suvenir yang dapat membuat saya mengenali tempat yang dikunjungi				

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
15	Suvenir dapat menjadi tema pembicaraan saya dengan orang lain				
16	Suvenir mampu menjadi media untuk berbagi pengalaman dengan orang lain				
17	Saya suka membeli souvenir yang terkenal dari tempat wisata yang dikunjungi.				
18	Saya suka memajang suvenir yang dibeli untuk memperlihatkan tempat-tempat yang pernah saya kunjungi				
19	Saya suka membeli suvenir untuk dijadikan hiasan di rumah atau kantor				

Silahkan pilih salah satu jawaban di bawah ini dengan memberikan tanda centang (✓):

1. Produk souvenir/ oleh-oleh yang biasa dibeli:

- Makanan                       Pakaian (t-shirt, topi, dll)
- Cenderamata khas daerah tertentu (seperti hiasan, kerajinan tangan, dll)

**(jawaban bisa lebih dari satu)**

2. Untuk siapa souvenir/ oleh-oleh itu dibeli:

- Diri sendiri                       Saudara
- Teman                               Tetangga

**(jawaban bisa lebih dari satu)**

3. Jumlah Pengeluaran untuk pembelian souvenir

- ... < 500.000                       500.000 – 1.000.000
- > 1.000.000 ...

**Terimakasih 😊**

#### Lampiran 4. Perubahan Skala Hasil *Expert Judgement*

##### 1. Skala Gaya Wisata

No aitem	Pernyataan	Perbaikan
1	Penting bagi saya untuk mengunjungi galeri, museum, atau studio seni ketika berwisata	Melihat galeri, museum atau studio seni ketika berwisata
2	Saya merasa penting melihat konser atau teater ketika melakukan kegiatan wisata	Melihat konser atau pertunjukan ketika berwisata
3	Sya merasa penting untuk mengunjungi komunitas etnit ketika melakukan kegiatan wisata	Mengunjungi komunitas etnik ketika sedang berwisata
8	Saya merasa penting untuk mengunjungi desa yang memperlihatkan hidup di zaman dahulu ketika melakukan kegiatan wisata	Mengunjungi desa yang memperlihatkan kehidupan zaman dahulu ketika berwisata.
10	Saya merasa penting mengunjungi kota-kota di tempat wisata yang dikunjungi	Mengunjungi kota-kota yang ada untuk melakukan salah satu kegiatan wisata saya
11	Saya merasa penting untuk melihat pertandingan olahraga seperti sepak bola di tempat wisata yang dikunjungi	Melihat pertandingan olahraga seperti sepak bola di kota yang saya kunjungi
12	Saya merasa penting berkemah di tempat wisata yang dikunjungi	Berkemah di tempat wisata yang dikunjungi
13	Saya merasa penting untuk melakukan jelajah alam ketika melakukan kegiatan wisata	Jelajah alam ketika melakukan kegiatan wisata
14	Saya merasa penting untuk melakukan kegiatan berupa renang, tenis, golf, ski, bersepeda atau naik perahu ketika berwisata	Berenang, tenis, golf, ski, bersepeda, atau naik perahu ketika berwisata.
15	Saya merasa penting melakukan kegiatan berupa memancing atau berburu ketika berwisata	Melakukan kegiatan berupa memancing atau berburu ketika berwisata.

## 2. Skala Perilaku Pembelian Suvenir

No aitem	Pernyataan	Perbaikan
4	Saya membeli suvenir sebagai oleh-oleh ketika menginap di wilayah lain atau luar negeri	Saya membeli suvenir sebagai oleh-oleh ketika menginap di luar kota
5	Saya membeli suvenir untuk diberikan kepada keluarga atau teman sebagai hadiah untuk acara khusus	Saya membeli suvenir yang dapat diberikan kepada keluarga atau teman sebagai hadiah ketika mereka sedang melakukan acara khusus
12	Suvenir yang saya belimemberikan pengaruh terhadap perjalanan yang saya lakukan	Suvenir yang saya beli berhubungan dengan perjalanan saya.
15	Suvenir dapat menjadi sumber pembicaraan saya dengan orang lain	Suvenir dapat menjadi tema pembicaraan saya dengan orang lain

## Lampiran 5. Hasil Analisis Reliabilitas Skala.

### 1. Gaya Wisata

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,867	15

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item2	37,07	41,720	,429	,862
item3	37,23	38,599	,654	,850
item4	37,20	38,510	,668	,850
item5	37,13	38,602	,634	,851
item6	36,70	40,976	,610	,855
item7	36,93	41,651	,491	,859
item9	36,93	43,444	,275	,868
item10	37,20	40,441	,634	,853
item11	37,23	42,875	,419	,863
item16	36,73	43,030	,294	,868
item19	38,13	41,982	,385	,864
item21	37,47	38,326	,729	,847
item22	37,20	39,269	,529	,858
item23	37,00	39,931	,478	,861
item24	37,50	41,155	,435	,862

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
39,83	46,282	6,803	15

## 2. Perilaku Pembelian Souvenir

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,934	19

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	54,83	68,144	,773	,928
item2	55,07	65,857	,608	,933
item3	54,67	67,195	,791	,928
item4	55,17	66,144	,673	,930
item5	54,93	67,995	,793	,928
item6	55,17	70,351	,670	,931
item7	55,57	71,289	,337	,937
item8	54,73	69,237	,563	,932
item9	54,70	68,286	,640	,931
item10	54,67	70,644	,511	,933
item11	55,07	70,202	,556	,932
item12	54,87	69,913	,689	,930
item13	54,90	69,403	,691	,930
item14	54,87	66,671	,745	,928
item15	55,33	69,816	,473	,934
item16	55,07	68,823	,778	,929
item17	55,03	68,102	,624	,931
item18	54,93	69,306	,735	,929
item19	55,03	68,654	,679	,930

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
58,03	76,309	8,736	19

**Lampiran 6. Data Penelitian**

NO	1	2	3	4	5	6	JLH WISATA ETNIK	7	8	9	JLH WISATA SEJAK RAH	10	11	JLH WISATA HIBURAN	12	13	14	15	JLH WISATA OUTDOOR	1	2	3	4	5	6	7	JLH SUVENIR
1	2	2	2	2	2	3	13	3	2	4	9	3	2	5	2	3	2	2	9	3	3	3	3	3	2	3	20
2	2	3	3	3	3	4	18	4	4	3	11	3	3	6	3	4	3	3	13	4	3	4	3	3	3	3	23
3	2	3	3	3	3	3	17	2	1	4	7	4	3	7	3	4	4	1	12	3	3	4	3	2	1	2	18
4	3	2	3	3	4	3	18	4	4	4	12	3	3	6	3	4	3	3	13	3	3	2	3	2	3	2	18
5	3	2	1	2	3	3	14	4	2	4	10	4	2	6	2	3	2	2	9	3	3	4	4	2	2	2	20
6	3	2	2	2	3	4	16	1	3	4	8	4	2	6	3	3	3	4	13	3	3	4	3	3	3	2	21
7	3	2	2	3	4	3	17	2	2	4	8	3	1	4	3	3	4	2	12	3	3	4	3	3	3	2	21
8	3	2	2	2	2	2	13	3	2	4	9	2	2	4	1	3	3	2	9	3	3	3	3	4	4	3	23
9	3	1	2	3	2	3	14	3	3	4	10	3	3	6	3	2	2	2	9	3	3	3	3	2	3	2	19
10	3	3	3	3	3	3	18	4	2	3	9	3	2	5	3	2	3	1	9	4	3	3	3	3	3	3	22
11	1	3	2	2	3	4	15	4	4	3	11	3	2	5	3	4	2	1	10	3	3	3	3	4	3	3	22
12	2	1	2	2	3	3	13	3	2	4	9	4	4	8	2	3	3	4	12	3	3	3	3	3	4	2	21
13	2	2	2	2	2	2	12	3	3	3	9	3	2	5	2	3	2	2	9	3	3	3	3	3	3	3	21
14	3	3	2	4	3	3	18	3	4	3	10	3	2	5	3	3	3	2	11	3	3	3	4	3	4	3	23
15	2	3	2	2	3	3	15	3	3	4	10	4	2	6	2	2	3	2	9	3	3	3	3	3	3	2	20
16	2	3	2	3	3	4	17	2	3	3	8	3	4	7	3	3	4	3	13	4	3	3	3	3	3	3	22
17	3	3	2	2	3	2	15	4	3	4	11	4	1	5	3	3	3	2	11	3	4	4	4	3	2	2	22

18	3	2	2	3	3	3	<b>16</b>	2	3	3	<b>8</b>	2	2	<b>4</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	2	2	3	3	<b>19</b>
19	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	3	<b>6</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
20	1	2	2	2	2	2	<b>11</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	3	<b>6</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
21	3	3	2	2	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	2	<b>6</b>	4	3	3	2	<b>12</b>	4	3	3	4	4	3	1	<b>22</b>
22	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	4	4	4	<b>12</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	3	3	2	3	<b>20</b>
23	1	3	2	3	3	3	<b>15</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
24	3	3	2	1	3	3	<b>15</b>	3	3	1	<b>7</b>	3	4	<b>7</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	1	3	3	2	3	3	3	<b>18</b>
25	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	2	3	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	3	3	2	2	3	2	<b>18</b>
26	3	3	2	1	2	3	<b>14</b>	3	3	1	<b>7</b>	1	2	<b>3</b>	3	4	4	1	<b>12</b>	1	1	4	4	3	3	3	<b>19</b>
27	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>
28	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	1	<b>7</b>	3	4	4	3	3	3	3	<b>23</b>
29	1	2	2	2	2	3	<b>12</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
30	2	4	2	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	<b>12</b>	4	2	<b>6</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	3	3	4	4	4	3	2	<b>23</b>
31	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>	3	2	4	<b>9</b>	2	2	<b>4</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	4	4	2	3	2	2	<b>20</b>
32	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	4	4	4	<b>12</b>	4	3	<b>7</b>	3	4	3	3	<b>13</b>	3	2	4	3	3	3	2	<b>20</b>
33	2	3	2	2	3	2	<b>14</b>	2	4	3	<b>9</b>	2	4	<b>6</b>	2	3	4	2	<b>11</b>	1	3	3	3	2	3	1	<b>16</b>
34	1	2	2	3	4	3	<b>15</b>	2	4	4	<b>10</b>	4	2	<b>6</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	3	4	4	3	3	2	2	<b>21</b>
35	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	2	4	3	1	<b>10</b>	3	3	4	4	4	3	4	<b>25</b>
36	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
37	2	3	2	3	3	4	<b>17</b>	3	4	3	<b>10</b>	3	4	<b>7</b>	3	4	2	3	<b>12</b>	3	4	4	4	2	4	3	<b>24</b>
38	2	3	2	3	2	3	<b>15</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	4	<b>7</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	3	3	3	3	3	3	4	<b>22</b>
39	2	3	2	3	3	2	<b>15</b>	3	2	3	<b>8</b>	4	1	<b>5</b>	2	3	2	1	<b>8</b>	3	3	4	4	3	2	2	<b>21</b>
40	3	2	2	3	2	4	<b>16</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	4	4	4	4	4	3	3	<b>26</b>
41	3	3	2	3	4	3	<b>18</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	3	<b>6</b>	1	3	3	4	<b>11</b>	3	4	3	3	3	4	3	<b>23</b>
42	3	2	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	1	<b>4</b>	2	4	3	2	<b>11</b>	4	4	4	2	2	2	3	<b>21</b>
43	3	2	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	4	<b>7</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>



72	3	2	2	2	2	3	<b>14</b>	2	2	4	<b>8</b>	2	3	<b>5</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	4	4	2	4	3	<b>23</b>
73	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>	4	4	3	<b>11</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
74	1	2	2	2	2	2	<b>11</b>	2	3	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	3	<b>10</b>	2	2	2	2	2	2	2	<b>14</b>
75	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	2	3	4	<b>9</b>	2	2	<b>4</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	2	4	2	3	1	1	<b>16</b>
76	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	3	2	<b>11</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>
77	2	2	2	3	3	2	<b>14</b>	3	4	3	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	2	<b>11</b>	3	3	3	3	4	3	2	<b>21</b>
78	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	2	3	3	4	<b>12</b>	2	3	3	2	3	3	3	<b>19</b>
79	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
80	4	3	2	4	4	3	<b>20</b>	4	4	4	<b>12</b>	4	2	<b>6</b>	3	4	4	3	<b>14</b>	4	4	4	3	4	4	3	<b>26</b>
81	2	3	2	4	4	4	<b>19</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	1	<b>4</b>	1	3	3	2	<b>9</b>	4	4	4	4	3	3	2	<b>24</b>
82	2	2	2	2	3	3	<b>14</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	2	3	<b>11</b>	3	2	3	3	2	3	2	<b>18</b>
83	1	3	2	3	3	4	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	1	<b>5</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	3	2	3	3	2	2	<b>18</b>
84	1	2	2	2	2	2	<b>11</b>	2	3	3	<b>8</b>	2	2	<b>4</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	3	3	4	4	3	<b>23</b>
85	2	1	2	2	3	2	<b>12</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	1	<b>4</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	4	3	3	3	3	3	3	<b>22</b>
86	3	3	2	2	1	2	<b>13</b>	1	3	4	<b>8</b>	3	1	<b>4</b>	3	3	3	1	<b>10</b>	3	4	4	3	2	2	2	<b>20</b>
87	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	1	<b>10</b>	3	3	3	3	2	2	2	<b>18</b>
88	3	3	2	2	2	2	<b>14</b>	3	2	3	<b>8</b>	2	2	<b>4</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	2	3	3	3	3	2	<b>19</b>
89	3	3	2	3	1	3	<b>15</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	3	<b>7</b>	2	4	3	1	<b>10</b>	3	3	4	3	2	3	2	<b>20</b>
90	1	3	2	3	4	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>
91	2	3	2	3	3	4	<b>17</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	4	4	2	2	4	<b>22</b>
92	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	1	2	3	2	<b>8</b>	3	3	3	2	2	2	2	<b>17</b>
93	4	4	2	4	4	3	<b>21</b>	4	4	3	<b>11</b>	4	3	<b>7</b>	3	3	2	1	<b>9</b>	3	3	4	3	3	3	3	<b>22</b>
94	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	2	4	<b>9</b>	4	2	<b>6</b>	3	4	2	1	<b>10</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
95	3	2	2	2	2	2	<b>13</b>	2	3	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>
96	1	2	2	3	3	2	<b>13</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	1	<b>4</b>	3	4	2	1	<b>10</b>	4	3	3	4	4	2	2	<b>22</b>
97	2	3	2	3	3	2	<b>15</b>	2	3	2	<b>7</b>	3	2	<b>5</b>	1	2	2	2	<b>7</b>	2	3	3	3	3	3	1	<b>18</b>
98	2	2	2	4	3	2	<b>15</b>	3	2	2	<b>7</b>	2	2	<b>4</b>	2	3	1	2	<b>8</b>	3	3	3	3	2	2	2	<b>18</b>
99	2	1	2	2	2	2	<b>11</b>	2	2	4	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	3	3	3	2	2	2	2	<b>17</b>

100	3	3	2	3	3	4	<b>18</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	4	3	<b>12</b>	4	3	4	3	3	3	<b>23</b>
101	3	4	2	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	<b>9</b>	2	2	<b>4</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	3	3	3	3	2	2	<b>18</b>
102	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	3	3	3	<b>9</b>	2	2	<b>4</b>	1	3	3	2	<b>9</b>	3	4	4	4	2	2	<b>20</b>
103	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	4	4	4	<b>12</b>	4	3	<b>7</b>	2	4	4	2	<b>12</b>	3	2	3	3	3	4	<b>21</b>
104	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	3	2	3	<b>8</b>	2	3	<b>5</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	3	2	3	2	2	3	<b>17</b>
105	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	1	<b>4</b>	2	3	2	1	<b>8</b>	3	3	3	3	2	3	<b>20</b>
106	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	2	2	2	<b>6</b>	2	2	<b>4</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	2	2	2	2	2	2	<b>14</b>
107	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	3	1	3	<b>7</b>	4	2	<b>6</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	3	2	3	3	3	3	<b>19</b>
108	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	2	3	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	2	2	3	3	3	<b>19</b>
109	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	2	2	3	<b>7</b>	2	2	<b>4</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	2	2	2	2	3	3	<b>16</b>
110	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	2	4	4	<b>10</b>	4	1	<b>5</b>	1	2	3	2	<b>8</b>	2	2	2	2	2	2	<b>14</b>
111	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	4	<b>7</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
112	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	2	2	2	<b>6</b>	2	2	<b>4</b>	2	1	2	2	<b>7</b>	3	3	3	2	2	2	<b>18</b>
113	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	4	4	3	<b>11</b>	2	1	<b>3</b>	1	1	1	3	<b>6</b>	3	3	3	3	3	3	<b>20</b>
114	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	4	3	4	<b>11</b>	4	4	<b>8</b>	2	3	2	4	<b>11</b>	3	4	3	4	4	3	<b>24</b>
115	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	4	<b>7</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
116	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	3	3	<b>11</b>	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
117	1	2	2	2	2	3	<b>12</b>	2	3	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	2	<b>11</b>	3	3	4	3	3	2	<b>20</b>
118	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	2	3	<b>11</b>	3	3	4	3	3	4	<b>23</b>
119	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	4	3	1	<b>10</b>	4	4	4	3	2	3	<b>22</b>
120	2	4	2	2	2	3	<b>15</b>	4	4	3	<b>11</b>	3	3	<b>6</b>	2	3	1	2	<b>8</b>	3	2	4	2	3	1	<b>16</b>
121	2	4	2	4	4	4	<b>20</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	1	1	<b>6</b>	3	4	4	3	2	1	<b>19</b>
122	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	2	3	3	4	4	3	<b>21</b>
123	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	3	<b>6</b>	4	3	3	3	<b>13</b>	4	4	4	4	4	4	<b>27</b>
124	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
125	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	2	3	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	2	<b>11</b>	3	3	3	3	2	3	<b>19</b>
126	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	2	<b>6</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	3	3	2	4	3	2	<b>19</b>

127	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	4	4	4	<b>12</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	4	4	4	4	2	2	4	<b>24</b>
128	1	3	2	3	3	2	<b>14</b>	4	3	4	<b>11</b>	2	4	<b>6</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	4	4	4	3	3	4	2	<b>24</b>
129	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	2	1	<b>9</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>
130	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	3	3	2	2	2	<b>18</b>
131	2	3	2	4	3	3	<b>17</b>	3	4	3	<b>10</b>	3	1	<b>4</b>	2	3	2	4	<b>11</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
132	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	2	<b>6</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	4	3	3	3	3	2	3	<b>21</b>
133	3	4	2	2	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	4	3	2	2	2	<b>19</b>
134	4	2	2	2	3	4	<b>17</b>	4	3	3	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	3	<b>9</b>	3	3	3	2	2	2	2	<b>17</b>
135	3	2	2	2	3	3	<b>15</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	2	3	3	3	<b>11</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>
136	2	4	2	3	3	4	<b>18</b>	3	2	3	<b>8</b>	2	2	<b>4</b>	4	3	3	2	<b>12</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
137	4	3	2	2	3	4	<b>18</b>	4	3	2	<b>9</b>	4	3	<b>7</b>	3	2	4	4	<b>13</b>	3	3	4	3	3	2	2	<b>20</b>
138	3	2	2	2	3	2	<b>14</b>	2	2	3	<b>7</b>	2	1	<b>3</b>	2	3	3	3	<b>11</b>	4	4	4	4	4	4	2	<b>26</b>
149	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	4	3	3	3	3	<b>22</b>
140	1	2	2	3	3	3	<b>14</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	4	3	3	3	3	3	3	<b>22</b>
141	4	3	2	3	4	3	<b>19</b>	4	2	4	<b>10</b>	3	1	<b>4</b>	4	4	3	3	<b>14</b>	3	3	4	3	4	3	3	<b>23</b>
142	1	2	2	2	2	3	<b>12</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	2	<b>5</b>	3	4	3	3	<b>13</b>	3	1	3	4	3	3	2	<b>19</b>
143	2	3	2	3	4	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
144	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	2	2	3	<b>7</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	4	1	<b>10</b>	3	3	3	2	3	3	2	<b>19</b>
145	3	3	2	3	2	2	<b>15</b>	3	3	4	<b>10</b>	2	2	<b>4</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	3	2	4	4	3	3	4	<b>23</b>
146	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	4	<b>7</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	2	3	3	2	2	2	<b>17</b>
147	2	3	2	3	4	3	<b>17</b>	3	3	3	<b>9</b>	4	1	<b>5</b>	2	3	2	3	<b>10</b>	3	3	4	3	3	2	2	<b>20</b>
148	2	3	2	3	2	4	<b>16</b>	4	3	4	<b>11</b>	3	1	<b>4</b>	2	4	4	2	<b>12</b>	4	4	3	4	4	3	3	<b>25</b>
149	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	2	2	4	<b>8</b>	3	1	<b>4</b>	3	4	3	3	<b>13</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
150	2	2	2	3	3	2	<b>14</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	3	3	<b>11</b>	4	4	3	4	4	4	3	<b>26</b>
151	3	4	2	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	<b>12</b>	4	2	<b>6</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
152	3	2	2	2	3	4	<b>16</b>	3	2	4	<b>9</b>	2	4	<b>6</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	3	3	3	2	3	3	3	<b>20</b>

153	2	2	2	2	3	2	<b>13</b>	3	2	4	<b>9</b>	2	1	<b>3</b>	3	4	4	4	<b>15</b>	4	4	4	3	4	4	2	<b>25</b>
154	2	2	2	2	3	2	<b>13</b>	3	2	4	<b>9</b>	2	1	<b>3</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	3	3	3	4	3	<b>24</b>
155	3	3	2	3	3	4	<b>18</b>	4	3	3	<b>10</b>	3	3	<b>6</b>	3	4	3	4	<b>14</b>	3	3	3	2	3	3	3	<b>20</b>
156	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	2	3	<b>11</b>	3	3	3	4	3	4	4	<b>24</b>
157	2	2	2	2	3	2	<b>13</b>	4	3	4	<b>11</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	4	4	<b>14</b>	4	4	4	3	4	4	3	<b>26</b>
158	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	4	3	4	3	<b>14</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
159	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	4	<b>7</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	3	3	3	2	3	3	2	<b>19</b>
160	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	4	3	4	<b>11</b>	3	3	<b>6</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	3	3	3	2	3	3	2	<b>19</b>
161	2	2	2	3	2	3	<b>14</b>	4	3	4	<b>11</b>	4	1	<b>5</b>	3	3	4	2	<b>12</b>	3	3	3	3	2	2	1	<b>17</b>
162	3	2	2	3	3	2	<b>15</b>	4	3	4	<b>11</b>	4	2	<b>6</b>	3	3	3	2	<b>11</b>	4	3	3	2	3	4	2	<b>21</b>
163	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	4	4	<b>13</b>	3	3	3	2	3	2	2	<b>18</b>
164	2	2	2	2	3	3	<b>14</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	2	<b>6</b>	3	4	4	4	<b>15</b>	3	3	3	2	3	2	2	<b>18</b>
165	3	3	2	3	4	4	<b>19</b>	3	4	3	<b>10</b>	3	3	<b>6</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	3	3	3	3	3	4	2	<b>21</b>
166	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	4	3	3	<b>10</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
167	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	2	3	<b>11</b>	3	3	4	3	3	3	3	<b>22</b>
168	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	2	4	<b>6</b>	2	3	2	3	<b>10</b>	2	3	2	2	2	2	2	<b>15</b>
169	3	2	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	1	<b>4</b>	3	3	3	4	<b>13</b>	3	3	3	3	3	4	2	<b>21</b>
170	2	3	2	3	4	3	<b>17</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	2	3	<b>10</b>	4	4	4	3	2	2	2	<b>21</b>
171	3	3	2	2	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	2	<b>6</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	3	3	4	4	2	2	2	<b>20</b>
172	3	3	2	4	4	2	<b>18</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	1	<b>4</b>	2	3	3	3	<b>11</b>	3	4	4	3	3	2	1	<b>20</b>
173	3	2	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	2	<b>6</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	4	3	3	2	2	3	2	<b>19</b>
174	2	2	2	2	2	3	<b>13</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	4	<b>7</b>	2	3	3	4	<b>12</b>	3	2	3	2	3	2	2	<b>17</b>
175	3	3	2	4	3	3	<b>18</b>	2	4	4	<b>10</b>	3	4	<b>7</b>	3	2	2	2	<b>9</b>	3	3	3	2	3	2	3	<b>19</b>
176	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	4	<b>7</b>	3	2	3	3	<b>11</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
177	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	4	<b>7</b>	2	2	3	3	<b>10</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>
178	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	4	<b>7</b>	4	3	3	2	<b>12</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>

179	3	3	2	3	2	3	<b>16</b>	4	3	4	<b>11</b>	3	4	<b>7</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	2	2	2	3	3	2	2	<b>16</b>
180	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	2	4	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	4	4	4	<b>14</b>	4	1	3	4	3	2	2	<b>19</b>
181	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	4	2	4	<b>10</b>	2	2	<b>4</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
182	1	2	2	2	3	3	<b>13</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	1	<b>5</b>	3	4	4	2	<b>13</b>	3	4	3	4	3	4	2	<b>23</b>
183	2	3	2	3	3	2	<b>15</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	2	2	2	<b>18</b>
184	2	3	2	3	4	3	<b>17</b>	4	3	4	<b>11</b>	4	1	<b>5</b>	4	4	3	1	<b>12</b>	4	4	3	4	4	3	2	<b>24</b>
185	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	1	<b>4</b>	3	3	3	1	<b>10</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
186	1	3	1	3	3	3	<b>14</b>	3	3	2	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	2	2	2	2	2	<b>16</b>
187	1	4	2	3	4	3	<b>17</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	3	3	1	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
188	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	3	2	2	2	2	<b>17</b>
189	1	3	2	3	3	4	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	1	<b>6</b>	3	3	1	1	<b>8</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
190	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	2	2	3	<b>7</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	2	3	3	3	3	3	2	<b>19</b>
191	2	3	2	3	3	4	<b>17</b>	3	4	4	<b>11</b>	4	2	<b>6</b>	3	4	2	4	<b>13</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
192	2	4	2	4	4	4	<b>20</b>	3	3	3	<b>9</b>	4	2	<b>6</b>	3	4	3	1	<b>11</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>
193	2	3	2	3	3	4	<b>17</b>	4	3	4	<b>11</b>	3	3	<b>6</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	4	4	4	4	4	2	3	<b>25</b>
194	2	4	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	4	2	2	<b>10</b>	4	3	3	3	2	2	2	<b>19</b>
195	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	2	3	3	3	3	2	2	<b>18</b>
196	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	4	3	3	2	3	<b>21</b>
197	2	3	2	3	3	4	<b>17</b>	3	4	4	<b>11</b>	4	2	<b>6</b>	3	4	2	4	<b>13</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
198	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	4	4	3	3	<b>14</b>	3	3	3	3	2	2	3	<b>19</b>
199	4	2	2	3	4	3	<b>18</b>	4	4	4	<b>12</b>	3	2	<b>5</b>	3	4	4	2	<b>13</b>	3	4	3	4	4	2	2	<b>22</b>
200	1	3	2	3	3	3	<b>15</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	1	1	<b>8</b>	4	3	4	3	3	3	2	<b>22</b>
201	2	3	2	3	2	3	<b>15</b>	2	4	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	1	<b>10</b>	3	3	3	3	2	3	2	<b>19</b>
202	2	3	2	2	3	3	<b>15</b>	4	3	4	<b>11</b>	4	2	<b>6</b>	3	3	3	2	<b>11</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>
203	2	3	2	4	3	3	<b>17</b>	2	3	2	<b>7</b>	3	3	<b>6</b>	2	3	2	3	<b>10</b>	3	4	3	2	3	3	3	<b>21</b>
204	3	4	2	3	3	3	<b>18</b>	3	4	2	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	3	4	4	3	<b>14</b>	3	2	3	2	3	1	2	<b>16</b>

205	3	4	2	3	3	4	<b>19</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	3	<b>6</b>	4	4	2	2	<b>12</b>	3	3	3	3	4	3	4	<b>23</b>
206	2	3	2	4	4	4	<b>19</b>	3	4	4	<b>11</b>	4	2	<b>6</b>	3	3	2	3	<b>11</b>	3	4	4	3	3	4	2	<b>23</b>
207	3	2	2	2	3	2	<b>14</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	3	<b>6</b>	4	1	3	3	<b>11</b>	3	4	4	4	3	3	3	<b>24</b>
208	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	4	2	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	2	2	3	3	3	3	2	<b>18</b>
209	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	3	2	2	<b>7</b>	2	2	<b>4</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	3	3	2	3	<b>20</b>
210	2	3	2	3	3	4	<b>17</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	4	4	3	3	2	2	<b>21</b>
211	1	2	2	2	3	3	<b>13</b>	3	4	4	<b>11</b>	4	1	<b>5</b>	3	4	4	2	<b>13</b>	3	4	3	4	4	4	2	<b>24</b>
212	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	4	3	3	<b>10</b>	2	3	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	4	3	3	2	3	<b>21</b>
213	3	2	2	2	2	2	<b>13</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	3	<b>6</b>	3	2	3	4	<b>12</b>	3	4	3	3	4	3	3	<b>23</b>
214	3	2	2	3	3	2	<b>15</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	1	<b>4</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	3	3	3	3	3	3	1	<b>19</b>
215	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	2	3	3	3	<b>11</b>	2	2	3	2	3	2	1	<b>15</b>
216	3	2	2	3	3	2	<b>15</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	3	<b>6</b>	2	4	4	2	<b>12</b>	4	3	3	3	3	3	2	<b>21</b>
217	4	3	2	3	3	3	<b>18</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	2	<b>11</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
218	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	3	3	3	1	<b>10</b>	1	1	1	2	2	2	2	<b>11</b>
219	2	3	2	3	3	2	<b>15</b>	4	3	3	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	2	<b>11</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
220	3	3	2	4	3	3	<b>18</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	1	<b>8</b>	4	4	3	3	4	3	3	<b>24</b>
221	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	4	4	4	<b>12</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	2	3	1	3	<b>18</b>
222	3	3	2	1	2	3	<b>14</b>	3	3	1	<b>7</b>	1	2	<b>3</b>	3	4	4	1	<b>12</b>	3	3	2	3	2	2	1	<b>16</b>
223	1	2	2	2	2	3	<b>12</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
224	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	4	4	4	<b>12</b>	4	3	<b>7</b>	3	4	3	3	<b>13</b>	2	2	4	3	4	2	3	<b>20</b>
225	2	3	2	3	2	3	<b>15</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	4	<b>7</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	3	2	3	4	3	3	3	<b>21</b>
226	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	1	<b>10</b>	3	2	3	3	3	3	3	<b>20</b>
227	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	2	4	<b>9</b>	4	2	<b>6</b>	3	4	2	1	<b>10</b>	4	2	4	4	4	4	4	<b>26</b>
228	2	1	2	2	2	2	<b>11</b>	2	2	4	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	4	4	4	3	4	3	3	<b>25</b>
229	3	2	2	2	2	2	<b>13</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	1	<b>4</b>	2	3	2	1	<b>8</b>	4	4	4	3	3	4	3	<b>25</b>

230	3	3	2	2	2	2	<b>14</b>	2	2	3	<b>7</b>	2	2	<b>4</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
231	3	2	2	2	3	4	<b>16</b>	1	3	4	<b>8</b>	4	2	<b>6</b>	3	3	3	4	<b>13</b>	3	3	4	4	4	3	<b>24</b>
232	2	1	2	2	3	3	<b>13</b>	3	2	4	<b>9</b>	4	4	<b>8</b>	2	3	3	4	<b>12</b>	4	4	3	2	3	3	<b>22</b>
233	1	2	2	2	2	2	<b>11</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	3	<b>6</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
234	3	2	2	2	2	2	<b>13</b>	2	3	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	2	3	3	3	3	<b>20</b>
235	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	3	3	<b>11</b>	3	3	3	3	2	3	<b>20</b>
236	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	4	2	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	4	3	4	3	2	3	<b>22</b>
237	3	3	2	1	3	3	<b>15</b>	3	3	1	<b>7</b>	3	4	<b>7</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
238	2	3	2	3	3	4	<b>17</b>	3	4	3	<b>10</b>	3	4	<b>7</b>	3	4	2	3	<b>12</b>	4	4	4	3	3	2	<b>22</b>
239	3	3	2	3	3	4	<b>18</b>	3	4	3	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	3	2	2	2	<b>9</b>	3	4	3	4	2	3	<b>22</b>
240	1	2	2	3	4	3	<b>15</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	4	4	3	<b>21</b>
241	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
242	2	3	2	3	3	2	<b>15</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
243	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	2	3	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
244	3	2	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	1	<b>4</b>	1	1	3	2	<b>7</b>	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
245	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	2	2	4	<b>8</b>	3	1	<b>4</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
246	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	2	3	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	2	2	2	<b>17</b>
247	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	3	4	3	<b>21</b>
248	3	3	2	3	3	4	<b>18</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	4	<b>11</b>	3	2	3	2	1	1	<b>14</b>
249	4	2	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
250	3	2	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	1	<b>4</b>	2	2	1	1	<b>6</b>	3	3	3	2	3	3	<b>19</b>
251	3	3	2	3	4	2	<b>17</b>	4	3	4	<b>11</b>	2	2	<b>4</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	3	2	2	<b>18</b>
252	3	3	2	3	3	4	<b>18</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	4	3	3	3	3	2	<b>20</b>
253	3	3	2	4	4	3	<b>19</b>	4	4	4	<b>12</b>	4	3	<b>7</b>	3	3	4	4	<b>14</b>	3	3	2	3	3	3	<b>19</b>
254	3	2	2	3	3	3	<b>16</b>	4	3	4	<b>11</b>	4	2	<b>6</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	4	4	4	4	3	3	<b>25</b>

255	3	2	2	3	3	3	<b>16</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	3	<b>6</b>	2	2	3	3	<b>10</b>	4	3	3	3	3	3	<b>22</b>	
256	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	1	<b>10</b>	3	3	3	3	3	2	3	<b>20</b>
257	4	2	2	3	4	3	<b>18</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	2	<b>6</b>	2	2	3	1	<b>8</b>	3	3	4	4	3	3	4	<b>24</b>
258	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	2	<b>6</b>	2	2	4	3	<b>11</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
259	3	3	2	2	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	2	<b>11</b>	3	3	4	3	2	2	2	<b>19</b>
260	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	3	<b>9</b>	3	3	3	2	3	3	3	<b>20</b>
261	4	2	2	2	4	3	<b>17</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
262	4	2	2	2	4	3	<b>17</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	2	2	2	2	<b>17</b>
263	4	2	2	2	3	3	<b>16</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	2	2	3	3	<b>10</b>	3	2	3	3	2	2	2	<b>17</b>
264	3	2	2	2	2	2	<b>13</b>	2	2	3	<b>7</b>	3	3	<b>6</b>	2	2	3	4	<b>11</b>	3	3	3	3	2	2	2	<b>18</b>
265	1	2	2	3	3	2	<b>13</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	1	1	<b>6</b>	4	3	3	4	2	2	3	<b>21</b>
266	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	4	2	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	2	2	2	2	<b>17</b>
267	4	3	2	3	4	2	<b>18</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	4	4	<b>14</b>	3	2	4	3	1	1	2	<b>16</b>
268	4	3	2	3	3	3	<b>18</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	3	<b>9</b>	3	3	3	2	2	2	3	<b>18</b>
269	4	2	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	4	4	2	2	2	<b>20</b>
270	3	2	2	2	2	2	<b>13</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	3	2	3	2	<b>10</b>	3	3	3	4	4	3	3	<b>23</b>
271	3	2	2	3	4	2	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	1	<b>4</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
272	3	3	2	2	3	4	<b>17</b>	4	3	4	<b>11</b>	2	3	<b>5</b>	2	2	3	3	<b>10</b>	3	3	3	3	2	2	2	<b>18</b>
273	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	3	2	2	2	<b>18</b>
274	2	2	2	4	4	4	<b>18</b>	3	4	4	<b>11</b>	4	2	<b>6</b>	3	3	3	2	<b>11</b>	3	3	3	2	2	2	4	<b>19</b>
275	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	3	<b>6</b>	2	2	2	3	<b>9</b>	3	2	2	2	2	2	2	<b>15</b>
276	2	2	2	2	3	2	<b>13</b>	3	3	1	<b>7</b>	3	2	<b>5</b>	4	4	4	2	<b>14</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>
277	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	4	3	4	<b>11</b>	3	3	<b>6</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	3	4	3	4	<b>26</b>
278	3	3	2	4	2	3	<b>17</b>	3	3	3	<b>9</b>	1	1	<b>2</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	2	2	2	3	3	3	3	<b>18</b>
279	4	3	2	3	2	2	<b>16</b>	3	2	4	<b>9</b>	2	2	<b>4</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	2	2	2	2	2	2	<b>15</b>

280	4	3	2	4	3	3	<b>19</b>	4	3	3	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	2	3	2	2	2	<b>17</b>
281	3	3	2	1	2	3	<b>14</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	3	<b>6</b>	2	2	3	3	<b>10</b>	1	1	1	3	3	1	3	<b>13</b>
282	3	2	2	3	2	2	<b>14</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	3	3	2	3	3	2	3	<b>19</b>
283	3	2	2	3	3	3	<b>16</b>	4	3	3	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
284	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	3	3	2	<b>8</b>	2	3	<b>5</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	2	2	3	2	2	3	<b>17</b>
285	3	2	2	3	3	2	<b>15</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	2	3	2	3	<b>19</b>
286	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	2	2	4	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	3	4	4	3	<b>14</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
287	2	4	2	4	4	4	<b>20</b>	3	4	4	<b>11</b>	4	2	<b>6</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	3	3	2	3	3	3	2	<b>19</b>
288	1	3	2	4	2	3	<b>15</b>	4	4	4	<b>12</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	2	2	2	2	<b>17</b>
289	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	2	2	<b>4</b>	2	2	2	3	<b>9</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
290	3	3	2	3	2	2	<b>15</b>	3	3	2	<b>8</b>	2	2	<b>4</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	3	2	3	1	1	1	<b>14</b>
291	3	2	2	2	2	2	<b>13</b>	4	3	4	<b>11</b>	3	2	<b>5</b>	3	2	2	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
292	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	4	4	3	<b>11</b>	3	3	<b>6</b>	2	2	2	3	<b>9</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>
293	2	3	2	3	3	2	<b>15</b>	2	2	3	<b>7</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
294	2	3	2	3	4	3	<b>17</b>	3	3	3	<b>9</b>	4	2	<b>6</b>	3	3	3	2	<b>11</b>	3	2	3	2	4	2	4	<b>20</b>
295	3	2	2	2	3	2	<b>14</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	3	3	<b>11</b>	3	2	3	2	2	2	2	<b>16</b>
296	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	3	3	3	3	3	2	3	<b>20</b>
297	2	4	2	3	3	3	<b>17</b>	2	4	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	4	3	3	3	<b>13</b>	3	3	3	4	3	2	2	<b>20</b>
298	2	4	2	4	4	3	<b>19</b>	3	4	3	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	3	4	2	3	<b>12</b>	3	3	4	4	3	2	2	<b>21</b>
299	3	3	2	2	2	3	<b>15</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	3	2	2	<b>19</b>
300	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	4	<b>7</b>	2	3	3	3	<b>11</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
301	3	2	2	2	3	3	<b>15</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	4	3	<b>13</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
302	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	3	2	1	<b>8</b>	3	2	3	2	3	2	1	<b>16</b>
303	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	4	2	<b>6</b>	4	4	4	3	<b>15</b>	3	3	3	2	3	3	2	<b>19</b>
304	3	3	2	3	3	4	<b>18</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	2	2	3	2	3	2	2	<b>16</b>

305	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	2	4	2	2	<b>10</b>	3	3	4	3	3	2	2	<b>20</b>
306	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>	4	3	4	<b>11</b>	4	1	<b>5</b>	3	3	3	1	<b>10</b>	3	3	3	3	3	3	1	<b>19</b>
307	2	3	2	4	4	2	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	4	1	<b>5</b>	3	4	2	1	<b>10</b>	4	4	4	4	4	3	2	<b>25</b>
308	1	2	2	2	3	3	<b>13</b>	3	3	3	<b>9</b>	2	1	<b>3</b>	1	3	1	1	<b>6</b>	3	3	3	2	2	2	3	<b>18</b>
309	3	2	2	3	2	2	<b>14</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	1	<b>4</b>	3	4	3	3	<b>13</b>	3	2	3	4	3	2	2	<b>19</b>
310	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	2	3	4	<b>9</b>	4	1	<b>5</b>	3	4	3	2	<b>12</b>	2	2	3	2	2	2	2	<b>15</b>
311	1	2	2	2	3	3	<b>13</b>	2	2	4	<b>8</b>	4	2	<b>6</b>	4	4	3	2	<b>13</b>	4	4	4	4	4	4	2	<b>26</b>
312	3	2	2	2	3	2	<b>14</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	2	3	3	2	2	3	<b>18</b>
313	2	2	2	2	2	3	<b>13</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	2	2	3	3	1	2	2	<b>15</b>
314	3	3	2	2	3	3	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	2	1	<b>3</b>	3	2	2	2	<b>9</b>	3	3	3	2	3	3	3	<b>20</b>
315	3	2	2	2	3	2	<b>14</b>	3	3	2	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	3	<b>10</b>	2	2	3	3	2	2	3	<b>17</b>
316	4	3	2	3	3	2	<b>17</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	3	1	<b>10</b>	3	3	3	3	2	2	2	<b>18</b>
317	2	3	2	3	2	3	<b>15</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	3	3	3	2	2	3	<b>19</b>
318	3	3	2	2	3	3	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	2	2	<b>4</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	3	3	3	2	1	1	1	<b>14</b>
319	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	2	2	<b>4</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	2	3	2	3	2	3	<b>18</b>
320	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	2	3	3	<b>8</b>	2	2	<b>4</b>	2	2	3	3	<b>10</b>	3	3	3	3	3	2	3	<b>20</b>
321	3	3	2	3	2	3	<b>16</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	1	2	2	2	2	2	<b>14</b>
322	4	3	2	2	3	2	<b>16</b>	3	2	2	<b>7</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	2	2	2	3	2	3	<b>17</b>
323	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	2	2	3	<b>7</b>	2	3	<b>5</b>	2	2	2	3	<b>9</b>	3	3	3	3	3	2	3	<b>20</b>
324	2	3	2	3	2	3	<b>15</b>	3	3	4	<b>10</b>	2	2	<b>4</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	2	3	3	2	2	1	2	<b>15</b>
325	2	2	2	2	3	3	<b>14</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	3	2	2	2	<b>9</b>	3	2	3	2	3	2	3	<b>18</b>
326	4	3	2	3	4	2	<b>18</b>	4	4	4	<b>12</b>	3	2	<b>5</b>	2	1	1	1	<b>5</b>	3	2	3	3	3	2	3	<b>19</b>
327	1	1	2	3	3	3	<b>13</b>	2	2	3	<b>7</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	2	3	2	2	2	2	<b>16</b>
328	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	1	1	3	3	<b>8</b>	3	2	2	3	3	3	3	<b>19</b>
329	3	2	2	3	3	2	<b>15</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	1	1	3	3	<b>8</b>	3	3	3	2	2	1	3	<b>17</b>

330	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	3	3	3	1	1	1	<b>15</b>
331	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	1	<b>4</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	3	3	3	2	2	4	<b>20</b>
332	2	2	2	2	2	3	<b>13</b>	3	2	4	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	2	2	2	<b>18</b>
333	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	3	<b>10</b>	3	3	3	2	2	2	2	<b>17</b>
334	3	2	2	3	3	1	<b>14</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	2	3	2	1	1	3	<b>15</b>
335	2	2	2	3	3	2	<b>14</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	3	2	2	2	<b>18</b>
336	2	3	2	3	3	2	<b>15</b>	3	4	4	<b>11</b>	3	2	<b>5</b>	1	1	3	2	<b>7</b>	3	2	3	3	3	3	2	<b>19</b>
337	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	2	3	3	<b>8</b>	2	2	<b>4</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	3	3	3	2	2	3	<b>19</b>
338	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	2	2	3	<b>7</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	2	3	3	2	1	1	1	<b>13</b>
339	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	1	1	2	2	<b>6</b>	3	3	3	3	2	2	3	<b>19</b>
340	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	4	4	4	<b>12</b>	4	2	<b>6</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
341	3	2	2	3	3	2	<b>15</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
342	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	2	2	3	<b>7</b>	3	2	<b>5</b>	3	3	1	1	<b>8</b>	3	2	3	3	1	1	2	<b>15</b>
343	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	4	3	3	<b>10</b>	2	2	<b>4</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	3	3	3	2	3	3	2	<b>19</b>
344	2	3	2	3	2	2	<b>14</b>	2	2	2	<b>6</b>	3	2	<b>5</b>	2	2	3	3	<b>10</b>	3	2	3	3	1	2	3	<b>17</b>
345	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	4	3	3	<b>10</b>	3	2	<b>5</b>	1	1	3	2	<b>7</b>	3	2	3	3	2	2	4	<b>19</b>
346	2	2	2	3	2	3	<b>14</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	1	<b>4</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
347	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	2	2	<b>4</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	2	2	3	2	2	2	2	<b>15</b>
348	2	3	2	3	1	2	<b>13</b>	4	3	4	<b>11</b>	3	1	<b>4</b>	1	1	2	2	<b>6</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
349	4	2	2	2	2	2	<b>14</b>	4	2	3	<b>9</b>	2	3	<b>5</b>	4	4	3	2	<b>13</b>	2	2	3	3	2	2	1	<b>15</b>
350	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	1	<b>4</b>	1	1	1	2	<b>5</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
351	3	3	2	3	3	2	<b>16</b>	2	3	4	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	3	3	2	2	2	2	<b>17</b>
352	2	3	2	3	2	2	<b>14</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	1	<b>4</b>	2	2	3	2	<b>9</b>	3	2	3	2	2	3	3	<b>18</b>
353	4	2	2	2	2	2	<b>14</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	3	<b>6</b>	2	3	3	2	<b>10</b>	3	3	3	3	1	1	1	<b>15</b>
354	2	3	2	3	2	3	<b>15</b>	3	3	2	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	3	3	3	2	2	4	<b>20</b>

355	4	3	2	3	3	3	<b>18</b>	2	2	3	<b>7</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	2	2	3	3	1	1	1	<b>13</b>
356	2	3	2	3	3	1	<b>14</b>	2	3	3	<b>8</b>	3	3	<b>6</b>	2	2	2	2	<b>8</b>	2	3	3	3	3	3	3	<b>20</b>
357	3	3	2	2	3	3	<b>16</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	2	<b>5</b>	3	2	3	3	<b>11</b>	3	3	3	3	2	3	2	<b>19</b>
358	2	3	2	2	2	3	<b>14</b>	3	2	2	<b>7</b>	2	2	<b>4</b>	2	3	3	1	<b>9</b>	3	2	3	3	1	2	1	<b>15</b>
359	2	3	2	3	2	3	<b>15</b>	3	2	3	<b>8</b>	2	1	<b>3</b>	1	1	1	2	<b>5</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
360	4	2	2	2	2	2	<b>14</b>	3	2	3	<b>8</b>	3	3	<b>6</b>	3	3	2	3	<b>11</b>	2	2	3	2	1	1	1	<b>12</b>

## Lampiran 7. Analisis One Way ANOVA

### Descriptives

PembelianSuvenir

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ETNIK	49	19,00	3,000	,429	18,14	19,86	13	27
SEJARAH DAN TAMAN	223	20,00	2,692	,180	19,65	20,36	11	28
HIBURAN KOTA	41	20,17	2,568	,401	19,36	20,98	12	27
OUTDOOR	47	19,34	3,205	,468	18,40	20,28	13	26
Total	360	19,80	2,809	,148	19,51	20,09	11	28

### a. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		360
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,73562110
Most Extreme Differences	Absolute	,051
	Positive	,050
	Negative	-,051
Kolmogorov-Smirnov Z		,972
Asymp. Sig. (2-tailed)		,301

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### b. Uji Homogenitas

#### Test of Homogeneity of Variances

PembelianSuvenir

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,743	3	356	,527

**c. Anova**

**ANOVA**

PembelianSuvenir

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	56,246	3	18,749	2,403	,067
Within Groups	2777,354	356	7,802		
Total	2833,600	359			

**Lampiran 8. Analisis Tambahan Independent Sample T-test**

**Group Statistics**

	JK	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PembelianSuvenir	Lk	170	19,29	2,802	,215
	Pr	190	20,25	2,745	,199

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		T-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
PembelianSuvenir	Equal variances assumed	,659	,417	-3,275	358	,001	-,959	,293	-1,534	-,383
	Equal variances not assumed			-3,271	351,838	,001	-,959	,293	-1,535	-,382