

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Kebijakan

##### 2.1.1 Kebijakan Umum Pariwisata Republik Indonesia

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional 2010-2015, situs purbakala peninggalan Kerajaan Majapahit di Trowulan merupakan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata nasional yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan. Pada Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 terdapat beberapa pembahasan terkait situs purbakala di Trowulan yang mencakup:

1. Pengembangan Rencana Detail Pembangunan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional untuk KSPN Trowulan dan sekitarnya.
2. Penyiapan rancangan peraturan tentang rencana detail Pembangunan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional.
3. Pengembangan Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan pada daya tarik wisata prioritas di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional.
4. Penyiapan rancangan peraturan tentang tata bangunan dan lingkungan pada daya tarik wisata prioritas di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional.
5. Penetapan Regulasi Rencana Detail Pembangunan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional.
6. Penetapan Regulasi tentang tata bangunan dan lingkungan pada daya tarik wisata prioritas di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional.
7. Program pemasaran untuk mengembangkan kelompok pasar wisata massal (*mass market*) dari segmen wisatawan nusantara.

Secara umum dapat disimpulkan bahwa situs purbakala peninggalan Kerajaan Majapahit di Trowulan merupakan salah satu daerah tujuan wisata nasional dan menjadi sasaran pembangunan kepariwisataan nasional.

### 2.1.2 Kebijakan Tata Ruang Provinsi Jawa Timur

Pada kebijakan tata ruang provinsi Jawa Timur, situs purbakala peninggalan Kerajaan Majapahit di Trowulan memiliki posisi penting dalam pengembangan pariwisata propinsi sehingga masuk kedalam kawasan strategis provinsi. Beberapa rencana strategis yang direncanakan pada Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 5 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Tahun 2011-2031 terdapat beberapa pembahasan yang terkait dengan penelitian ini yaitu:

1. Pasal 81 ayat 1 yang menyatakan bahwa, kawasan peruntukan pariwisata sebagaimana dimaksud dalam pasal 72 huruf i meliputi huruf b yaitu daya tarik wisata budaya.
2. Pasal 81 ayat 3 yang menyatakan bahwa, daya tarik wisata budaya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf r adalah Situs Peninggalan Budaya Majapahit di Kabupaten Mojokerto.
3. Arahan pengelolaan kawasan peruntukan pariwisata terdapat pada pasal 81 ayat 5, beberapa diantaranya yaitu, “Pengembangan pemasaran pariwisata melalui pengembangan pasar wisatawan, citra destinasi wisata, kemitraan pemasaran pariwisata, dan perwakilan promosi pariwisata.”
4. Strategi pengembangan kawasan peruntukan pariwisata dilakukan dengan mengembangkan daya tarik wisata dengan memperhatikan keunggulan dan daya saing secara global, terdapat pada pasal 14 ayat 10 beberapa diantaranya yaitu:
  - a. Pengidentifikasian potensi daya tarik.
  - b. Penetapan potensi daya tarik wisata unggulan.
  - c. Pengembangan kegiatan penunjang wisata.
  - d. Pelestarian tradisi atau kearifan masyarakat lokal.
  - e. Peningkatan pembinaan, penyuluhan, dan pelatihan kepada masyarakat dan/atau perajin lokal untuk pengembangan pariwisata.
5. Pasal 50 yang menyatakan bahwa, rencana kawasan lindung provinsi (huruf c) adalah kawasan suaka alam, pelestarian alam, dan cagar budaya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Situs Peninggalan Budaya Majapahit di Kabupaten Mojokerto masuk kedalam wisata budaya yang dikembangkan salah satunya melalui wisatawan, citra destinasi wisata, kemitraan pemasaran pariwisata, dan perwakilan promosi pariwisata dengan memperhatikan keunggulan dan daya saing secara global. Situs Peninggalan Budaya Majapahit juga masuk kedalam kawasan lindung provinsi.



### 2.1.3 Kebijakan Tata Ruang Kabupaten Mojokerto

Pada RTRW Kabupaten Mojokerto 2012-2032, terdapat beberapa pembahasan mengenai Situs Purbakala Peninggalan Kerajaan Majapahit di Trowulan seperti berikut ini:

1. Pasal 35 ayat 3 yang menyatakan bahwa, Kawasan Cagar Budaya dan ilmu pengetahuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b berupa situs Purbakala meliputi Kolam Segaran, Candi Bajang Ratu, Candi Tikus, Candi Wringin Lawang, Candi Gentong dan Candi Brahu di Kecamatan Trowulan.
2. Pasal 47 ayat 6 yang menyatakan bahwa, rencana pengembangan kawasan peruntukan pariwisata meliputi:
  - a. Menetapkan prioritas pengembangan pariwisata meliputi kawasan prioritas pengembangan wisata budaya dipusatkan di Kecamatan Trowulan;
3. Pasal 65 ayat 8 yang menyatakan bahwa, perwujudan kawasan peruntukan pariwisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf g terdiri atas:
  - a. pengembangan kawasan wisata budaya;
  - b. melengkapi kawasan wisata dengan fasilitas penunjang wisata;
  - c. melakukan promosi kawasan wisata melalui berbagai media, dan melaksanakan berbagai event promosi; dan
  - d. mempromosikan daerah wisata dengan mengadakan event tahunan maupun bulanan; dan
  - e. melakukan kerjasama dengan berbagai biro perjalanan dalam upaya pemasaran yang progresif.

Kesimpulannya bahwa situs Purbakala meliputi Kolam Segaran, Candi Bajang Ratu, Candi Tikus, Candi Wringin Lawang, Candi Gentong Candi Brahu, dan benda-benda purbakala peninggalan Kerajaan Majapahit lainnya di Kecamatan Trowulan. Pada RTRW Kabupaten Mojokerto 2012-2032, pengembangan kawasan pariwisata budaya meliputi penetapan prioritas pengembangan wisata budaya yang dipusatkan di Kecamatan Trowulan dan pengembangan prasarana dan sarana pariwisata.

## 2.2 Kebijakan Mengenai Cagar Budaya

Pengertian terkait cagar budaya menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya sebagai berikut:

1. Pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa, cagar budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar

Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan dengan cagar budaya yang terdapat pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya yaitu Cagar Budaya di darat dan/atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan melalui proses penetapan.

2. Pasal 1 ayat 2 menyatakan bahwa, Benda Cagar Budaya adalah benda alam dan/atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisa-sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia.
3. Pasal 1 ayat 5 menyatakan bahwa, situs cagar budaya adalah lokasi yang berada di darat dan/atau di air yang mengandung Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, dan/atau Struktur Cagar Budaya sebagai hasil kegiatan manusia atau bukti kejadian pada masa lalu.
4. Pasal 1 ayat 6 menyatakan bahwa, kawasan cagar budaya adalah satuan ruang geografis yang memiliki dua Situs Cagar Budaya atau lebih yang letaknya berdekatan dan/atau memperlihatkan ciri tata ruang yang khas.
5. Pasal 1 ayat 20 menyatakan bahwa, Cagar Budaya Nasional adalah Cagar Budaya peringkat nasional yang ditetapkan Menteri sebagai prioritas nasional.

Berdasarkan uraian diatas, situs purbakala peninggalan Kerajaan Majapahit di Kecamatan Trowulan merupakan kawasan cagar budaya seperti yang telah ditetapkan dalam Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 260/M/2013 tentang Penetapan Satuan Ruang Geografis Trowulan sebagai Kawasan Cagar Budaya Peringkat Nasional tertanggal 30 Desember 2013.

### **2.3 Tinjauan Teori Kepariwisata**

Definisi pariwisata menurut beberapa sumber dan pendapat para ahli diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Happy Marpaung (2002)

Pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediaman. Aktivitas dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka.



2. Santoso (2000)

Pariwisata adalah kegiatan perjalanan seseorang ke dan tinggal di tempat lain di luar lingkungan tempat tinggalnya untuk waktu kurang dari satu tahun terus menerus dengan maksud bersenang-senang, berniaga dan keperluan-keperluan lainnya

3. Schmoll (1997)

Pariwisata adalah hubungan dan gejala yang menyeluruh yang muncul dari adanya perjalanan dan tinggal sementara dari orang-orang asing dengan syarat tidak tinggal permanen dan tidak melakukan kegiatan yang menghasilkan uang.

4. Wahab (1992)

Pariwisata adalah suatu kegiatan kemanusiaan berupa hubungan antar orang, baik dari negara yang sama atau antar negara atau hanya dari daerah geografis yang terbatas, didalamnya termasuk tinggal untuk sementara waktu di daerah lain atau negara lain atau benua lain untuk memenuhi berbagai kebutuhan, kecuali kegiatan untuk memperoleh penghasilan.

5. Yoeti (1985)

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain (*tour*). Empat faktor dasar pengertian pariwisata yaitu:

- Perjalanan dilakukan untuk sementara waktu, sekurang-kurangnya 24 jam dan paling lama satu tahun.
- Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain.
- Perjalanan itu, apapun bentuknya, harus selalu dikaitkan dengan pertamasyaan atau rekreasi.
- Orang yang melakukan perjalanan tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen di tempat itu.

6. Robert McIntosh (1980)

Pariwisata adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah tuan rumah serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan serta para pengunjung lainnya

Sebagai dasar untuk mengkaji dan memahami berbagai istilah kepariwisataan, berpedoman pada Bab 1 Pasal 1 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang menjelaskan sebagai berikut:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh sebagian atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan

pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

- b. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.
- c. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.
- d. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
- e. Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Terdapat kesamaan yang dapat ditangkap dari definisi-definisi tersebut, sehingga Yoeti (2008), mengemukakan empat faktor yang menjadi dasar pengertian pariwisata yakni:

1. Perjalanan itu tujuannya semata-mata untuk bersenang-senang (*to pleasure*).
2. Perjalanan itu harus dilakukan dari suatu tempat (dimana orang itu tinggal berdiam) ke tempat lain (yang bukan kota atau negara dimana ia biasanya tinggal).
3. Perjalanan itu dilakukan minimal selama 24 jam atau lebih kecuali bagi *excursionist* (kurang dari 24 jam).

Perjalanan tidak dikaitkan dengan kegiatan mencari nafkah di negara, kota atau Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang dikunjungi dan orang yang melakukan perjalanan semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjunginya. Uang yang dibelanjakan wisatawan dibawa dari tempat tinggal asalnya dan bukan diperoleh karena hasil usaha selama dalam perjalanan wisata yang dilakukan.



## 2.4 Tinjauan Teori Pariwisata Budaya

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya Pasal 91 menyatakan bahwa, pemanfaatan koleksi berupa cagar budaya di museum dilakukan untuk sebesar-besarnya pengembangan pendidikan, ilmu pengetahuan, kebudayaan, sosial, dan/atau pariwisata. Beberapa pengertian pariwisata budaya yang diungkapkan oleh beberapa ahli sebagai berikut:

1. Bruun (1995) menyatakan bahwa, wisata budaya menggambarkan wisata yang berhubungan dengan monumen-monumen budaya atau tempat-tempat bersejarah dengan penekanan tertentu pada aspek pendidikan atau pengamatan spiritual.
2. Sillerberg (2001) menyatakan bahwa, wisata budaya didefinisikan sebagai kunjungan berbagai individu dari luar komunitas asli yang termotivasi oleh daya tarik sejarah, seni, pengetahuan, gaya hidup atau warisan yang ditawarkan oleh suatu komunitas, daerah, kelompok atau institusi.
3. The Cultural Tourism Industry Group (2000) menyatakan bahwa, wisata budaya merupakan suatu hiburan dan pengalaman yang mendidik dan yang menggabungkan kesenian dengan warisan alam, sosial, sejarah. Ini merupakan suatu pilihan pariwisata yang mendidik orang-orang mengenai aspek-aspek tampilan, kesenian, arsitektur, dan sejarah suatu tempat tertentu.
4. ICOMOS (1999) menyatakan bahwa, wisata budaya dapat dilihat sebagai aktivitas pariwisata yang dinamis dan sangat terkait dengan pengalaman. Wisata budaya mencari pengalaman yang unik dan indah dari berbagai warisan masyarakat yang sangat bernilai yang harus dijaga dan diserahkan kepada generasi penerus.

Menurut ICOMOS (1999), terdapat prinsip-prinsip dasar dalam wisata budaya, yaitu sebagai berikut:

1. Wisata domestik dan internasional merupakan suatu alat yang paling penting dalam pertukaran budaya, karena itu konservasi budaya harus menyediakan tanggung jawab dan kesempatan bagi masyarakat lokal dan pengunjung untuk mengalami dan memahami warisan komunitas dan budayanya.
2. Hubungan antara tempat historis dan wisata bersifat dinamis serta melibatkan nilai-nilai yang mempunyai konflik. Hal tersebut harus dapat dikelola dalam suatu cara yang mendukung generasi saat ini dan yang akan datang.
3. Perencanaan wisata dan konservasi untuk tempat-tempat warisan budaya harus dapat menjamin bahwa pengalaman yang didapatkan pengunjung akan berharga, memuaskan dan menggemirakan.

4. Masyarakat asli dan penduduk di pemukiman harus dilibatkan dalam perencanaan konservasi dan wisata.
5. Aktivitas wisata dan konservasi harus menguntungkan bagi penduduk asli.
6. Program wisata budaya harus dapat melindungi dan meningkatkan karakteristik warisan alam dan budaya.

## 2.5 Tinjauan Teori Wisatawan

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009, wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Menurut *International Union of Official Travel Organization* (1967) pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Pengertian yang sama disampaikan oleh *World Tourism Organization* (2004) yang dimaksud dengan wisatawan (*visitor*), setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan negaranya sendiri dengan alasan apapun juga kecuali untuk mendapatkan pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjunginya. Melihat dari definisi tersebut dapat diklasifikasikan kategori pengunjung yaitu:

- a. Wisatawan (*tourist*) yaitu pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut:
  1. Pesiari (*leisure*) untuk kepentingan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olah raga.
  2. Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, dan lain sebagainya
- b. Pelancong (*excursionist*) yaitu pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan perjalanan dengan tujuan memperoleh kesenangan, tidak untuk bekerja, tidak menetap, dan tidak mencari nafkah. Berdasarkan sifat perjalanan dan lokasi perjalanan dilakukan, wisatawan dapat diklasifikasikan menurut asalnya yaitu:

- a. Wisatawan dalam negeri

Definisi wisatawan dalam negeri berdasarkan *World Tourism Organization* (2004) adalah penduduk suatu negara yang melakukan perjalanan ke suatu tempat didalam wilayah negara tersebut, namun diluar lingkungan tempat tinggalnya sehari-hari untuk jangka waktu sekurang-kurangnya satu malam dan tidak lebih dari satu tahun dan



tujuan perjalanannya bukan untuk mendapatkan penghasilan dari tempat yang dikunjungi tersebut.

b. Wisatawan asing

Pengertian wisatawan asing (Karyono, 1997) didefinisikan sebagai orang asing yang melakukan perjalanan wisata yang datang memasuki negara lain yang bukan merupakan negara tempat ia biasanya tinggal. Wisatawan asing disebut juga wisatawan mancanegara atau disingkat wisman.

## 2.6 Pengelompokan Wisatawan

Dalam industri pariwisata setiap wisatawan mempunyai karakteristik sendiri ketika melakukan perjalanan wisata. Akibatnya, hal tersebut umum bagi pengelola wisata untuk membagi pasar untuk produk dan jasa warisan budaya (Hall dan Arthur, 1998). Beragamnya karakteristik dan latar belakang wisatawan menyebabkan beragamnya keinginan dan kebutuhan mereka akan suatu produk wisata. Pengelompokan-pengelompokan wisatawan dapat memberi informasi mengenai alasan setiap kelompok mengunjungi objek wisata yang berbeda, berapa besar ukuran kelompok tersebut, pola pengeluaran setiap kelompok, kesetiaan wisatawan terhadap suatu produk wisata tertentu, sensitivitas wisatawan terhadap perubahan harga produk wisata, serta respon kelompok terhadap berbagai bentuk iklan produk wisata. Lebih lanjut, pengetahuan mengenai wisatawan sangat diperlukan dalam merencanakan produk wisata yang sesuai dengan keinginan kelompok pasar tertentu, termasuk merencanakan strategi pemasaran yang tepat bagi kelompok pasar tersebut.

### 2.6.1 Kelompok Wisatawan Berdasarkan Sosio-Demografis

Pembagian wisatawan berdasarkan karakteristik sosio-demografis ini paling nyata kaitannya dengan pola berwisata mereka. Jenis kelamin maupun kelompok umur misalnya berkaitan dengan pilihan jenis wisata yang dilakukan (Seaton & Bennet, 1996). Yang termasuk dalam karakteristik sosio-demografis diantaranya adalah jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, kegiatan, status perkawinan, jumlah anggota keluarga, dan tipe keluarga, selain itu pendapatan perbulan menurut Cooper akan disertakan dalam sosio-demografis wisatawan.

**Tabel 2.1 Karakteristik Sosio-Demografis Wisatawan**

<b>Karakteristik</b>	<b>Pembagian</b>
• Jenis kelamin	• Laki-laki • Perempuan
• Usia	• 0 – 14 tahun • 15 – 24 tahun • 25 – 44 tahun • 45 – 64 tahun • > 65 tahun
• Tingkat pendidikan	• Tidak tamat SD • SD • SLTP • SMU • Diploma • S1 • S2, S3
• Kegiatan	• Bekerja (PNS/pegawai, wiraswasta) • Tidak bekerja (ibu rumah tangga, pelajar, mahasiswa, pensiunan)
• Status perkawinan	• Belum menikah • Menikah • Cerai
• Jumlah anggota keluarga	• 1 orang • Beberapa orang, tanpa anak usia <17 tahun • Beberapa orang, dengan anak (beberapa anak) usia <17 tahun
• Tipe keluarga	• Belum menikah • Menikah, belum punya anak • Menikah, anak usia <6 tahun • Menikah, anak usia 6-17 tahun • Menikah, anak usia 18-25 tahun • Menikah, anak usia >25 tahun, masih tinggal dengan orang tua • Menikah, anak usia >25 tahun, tidak tinggal dengan orang tua.
• Pendapatan	• Tidak ada • <500.000 • 500.001 - 1.000.000 • 1.000.001 - 1.500.000 • 1.500.001 - 2.000.000 • >2.000.001

Sumber: Smith (1995) dan Ananta (1993)

Karakteristik demografi penting untuk mengetahui dan memahami jenis orang yang berpartisipasi dalam pariwisata warisan budaya. Tingkat pendidikan, jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan dan jenis pekerjaan adalah salah satu yang paling penting untuk diperhatikan oleh pengelola warisan budaya. Hal ini umumnya akan membantu manajer dan pemasar menentukan keinginan dan kebutuhan berdasarkan pola umum masyarakat. Tingkat pendidikan yang tinggi adalah karakteristik paling penting yang dimiliki oleh pengunjung warisan budaya. Rata-rata, wisatawan warisan budaya lebih berpendidikan daripada masyarakat umum. Menurut sebuah studi yang melibatkan 6400 responden



(Richards, 1996), lebih dari 80% wisatawan budaya di Eropa memiliki pendidikan yang tinggi (universitas / perguruan tinggi / sekolah perdagangan), dan hampir seperempat memiliki pendidikan pascasarjana. Dengan demikian, pendidikan dipandang sebagai mekanisme untuk memperluas minat masyarakat dan pengetahuan tentang budaya, waktu, tempat, orang dan peristiwa tertentu yang menarik mereka untuk menyukai budaya dan warisan tempat.

Erat kaitannya dengan pendidikan adalah status sosial-ekonomi dan lapangan kerja. Sejak masyarakat warisan budaya berpendidikan lebih baik, hal tersebut juga meningkatkan finansial mereka, yaitu lebih baik dibandingkan dengan warga rata-rata, memiliki pekerjaan dan pendapatan yang lebih baik (Silberberg, 1995; TIA, 1997). Dalam hal gender, ada beberapa bukti itu lebih banyak perempuan daripada laki-laki mengunjungi situs-situs bersejarah. Faktanya, kegiatan budaya memiliki kecenderungan umum menarik lebih banyak perempuan dari laki-laki. Sementara usia pengunjung yang cenderung terlibat dalam pariwisata warisan budaya adalah usia tua dan mayoritas usia 25-54 tahun. Alasannya adalah sebagian besar remaja kurang tertarik situs sejarah dan lebih cenderung untuk memilih pariwisata yang lebih menghibur (Balcar dan Pearce, 1996; Prideaux dan Kininmont, 1999; Richards, 1996). Silberberg (1995) menyatakan bahwa, penelitian wisatawan budaya menunjukkan usia 25-54 tahun, lebih berpendidikan, perempuan, mampu membayar lebih banyak, dan tinggal lebih lama. Selain karakteristik sosio-demografis, karakteristik lain yang biasa digunakan dalam mengelompokkan wisatawan adalah karakteristik perjalanan (Smith, 1995). Wisatawan dalam kelompok sosio-demografis yang sama mungkin memiliki karakteristik perjalanan yang sangat berbeda.

### **2.6.2 Kelompok Wisatawan Berdasarkan Karakteristik Perjalanan**

Segmentasi wisatawan lebih lanjut juga dapat dibedakan berdasarkan karakteristik perjalanan yang berupa lama perjalanan, jarak yang ditempuh, waktu melakukan perjalanan tersebut, jenis akomodasi/transportasi yang digunakan dalam perjalanan, pengorganisasian perjalanan, besar pengeluaran.

Tabel 2.2 Karakteristik Perjalanan Wisatawan

Karakteristik	Pembagian
Jarak yang ditempuh	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalam kota (lokal)</li> <li>• Luar kota (satu propinsi)</li> <li>• Luar kota (lain propinsi)</li> <li>• Luar negeri</li> </ul>
Waktu perjalanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hari biasa</li> <li>• Akhir pekan/Minggu</li> <li>• Hari libur/raja</li> <li>• Liburan sekolah</li> </ul>
Teman perjalanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sendiri</li> <li>• Keluarga</li> <li>• Teman sekolah</li> <li>• Teman kantor</li> </ul>

Sumber: Smith (1995)

Segmentasi geografis didominasi oleh klasifikasi berdasarkan tempat tinggal wisatawan, meskipun beberapa pengamat berpendapat hal tersebut dapat salah, karena banyak orang tidak melakukan perjalanan langsung dari tempat tinggal mereka ke objek wisata warisan budaya. Wisatawan dapat berangkat dari tempat lain, dari rumah teman dan kerabat atau berlibur dari tempat lain. Asal-usul geografis wisatawan warisan budaya, internasional atau domestik erat terkait dengan kedatangan wisatawan. Tempat-tempat terkenal di dunia akan membawa sejumlah besar pengunjung, sementara situs regional yang lebih kecil akan menarik lebih banyak wisatawan lokal, meskipun terdapat beberapa wisatawan internasional yang mengunjungi dengan paket wisata yang lebih besar dan karena mereka dekat dengan lokasi atau dengan alasan lainnya.

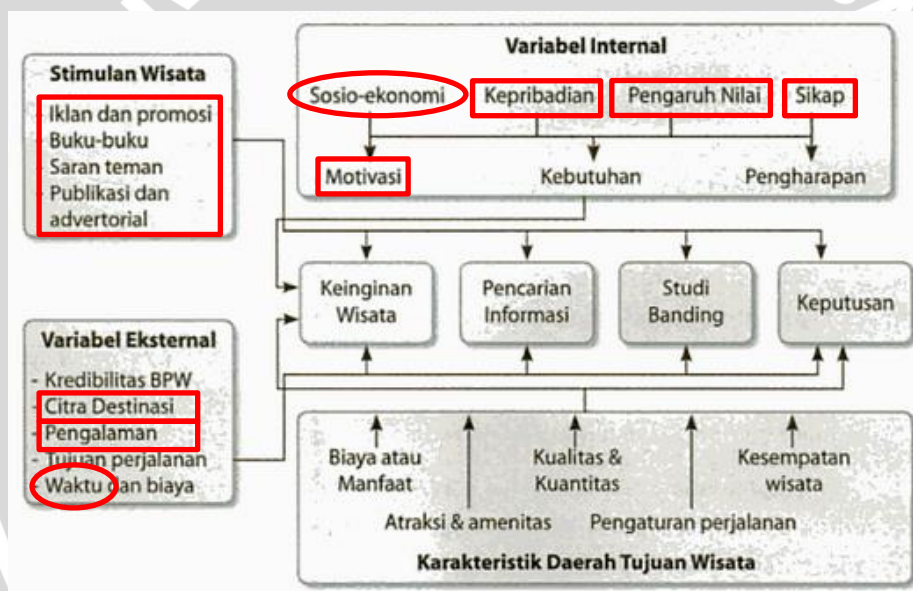
Sementara karakteristik demografis dan geografis memberikan kita beberapa wawasan, karakteristik psikografis dimanfaatkan untuk segmentasi oleh manajer dan pemasar. Karakteristik psikografis didasarkan pada sikap wisatawan yang mempengaruhi perilaku wisatawan, sikap wisatawan berasal dari aspek kehidupan individu, gaya hidup, kelas sosial dan kepribadian wisatawan (Middleton, 1994). Di sisi lain pendekatan psikografis menggunakan nilai-nilai, kepentingan, pendapat, kepribadian dan karakteristik individu dan sifat-sifat untuk segmentasi (Chandler dan Costello, 2002). Plog (2001), model psikografis memiliki dampak yang signifikan terhadap industri perjalanan dan pariwisata dan telah banyak dikutip dalam penelitian pariwisata (Chandler dan Costello, 2002). Model Plog yang mengelompokkan wisatawan mulai dari *allosentris* (wisatawan yang menyukai tantangan dan penjelajah) untuk *psikosentris* (wisatawan yang mencari fasilitas). Pada cara yang sama, model psikografis dapat diterapkan untuk pariwisata warisan budaya. Dengan mengetahui pengelompokan wisatawan berdasarkan sosio demografi dan karakteristik perjalanan wisatawan maka akan mempermudah untuk arahan



pengembangan suatu objek wisata yaitu dengan melakukan pengembangan berdasarkan kelompok yang telah terbentuk.

## 2.7 Keputusan Perjalanan Wisatawan untuk Mengunjungi Objek Wisata

Cooper et.al (2005) membuat sebuah model keputusan perjalanan wisata yang harus dilihat secara menyeluruh berdasarkan motivasi, keinginan, kebutuhan dan pengharapan wisatawan secara personal atau sosial. Proses keputusan perjalanan wisata terdiri atas empat bidang yang mempengaruhi keputusan akhir yakni stimulan wisata, variabel internal, variabel eksternal dan karakteristik daerah tujuan wisata. Pada model itu dinyatakan bahwa keputusan pembelian wisata merupakan hasil interaksi dari empat bidang diatas. Pada hal ini faktor internal dan eksternal memiliki peranan dan pengaruh kepada wisatawan. Pada model itu juga dicantumkan bahwa setiap perjalanan wisata akan memberikan dampak penting bagi wisatawan guna mengambil keputusan yang tepat.



**Gambar 2.1 Model Proses Keputusan Perjalanan**  
Sumber: Cooper (2005)

Stimulan wisata merupakan hal-hal yang membuat seseorang terpengaruh untuk berwisata, seperti iklan, promosi, buku-buku, saran teman, publikasi, advetorial, dan sumber lain. Variabel internal berasal dari dalam diri seseorang wisatawan meliputi sosio-ekonomi, kepribadian, pengaruh nilai, dan sikap. Keseluruhan unsur dalam variabel internal memunculkan motivasi, kebutuhan dan pengharapan wisata. Variabel eksternal berasal dari luar diri seseorang wisatawan meliputi citra BPW, citra destinasi, pengalaman, tujuan perjalanan, ketersediaan waktu dan biaya. Kendali variabel eksternal akan semakin kuat dengan adanya karakteristik destinasi yang unik dari manfaat yang didapatkan atas

biaya yang ditawarkan, atraksi atau daya tarik dan ketersediaan amenities, kualitas dan kuantitas, pengaturan perjalanan dan peluang untuk berwisata.

Untuk lebih memudahkan dalam penelitian, maka peneliti mengadaptasi faktor-faktor keputusan perjalanan dari Cooper (2005) yang kemudian dipadukan dengan teori proses keputusan perjalanan dari Sirakaya dan Woodside (2005) sehingga ditemukan beberapa variabel-variabel yang sama pada kedua teori yang kemudian digunakan pada penelitian ini, sehingga kedua teori tersebut menguatkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel yang terdapat pada teori proses keputusan perjalanan Sirakaya dan Woodside (2005) antara lain sikap, nilai, gaya hidup, citra destinasi, motivasi, kepercayaan, kepribadian, tingkat siklus kehidupan (*lifecycle stage*), cara penanggulangan resiko, perilaku mendapatkan informasi, paksaan, faktor penarik, pemasaran, pengaruh keluarga dan kelompok, budaya, kelas sosial, rumah tangga (gaya hidup, struktur kekuatan rumah tangga, peranan keluarga, gaya grup diskusi), jumlah orang dalam perjalanan, jarak, waktu, lama berwisata, dan pengalaman. Berikut merupakan perpaduan variabel-variabel dari teori keputusan perjalanan Cooper (2005) dan Sirakaya-Woodside (2005) yang kemudian digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

### 2.7.1 Variabel Internal

Wisatawan melakukan perjalanan wisata disebabkan oleh beberapa hal internal yang berasal dari dalam diri wisatawan antara lain sebagai berikut:

#### 1. Kepribadian wisatawan

Tipe kepribadian wisatawan budaya menurut McKercher and du Cros (2002):

- a. *Purposeful*: wisatawan datang untuk mengetahui budaya merupakan motivasi utama berkunjung ke situs purbakala peninggalan Majapahit dan wisatawan memiliki pengalaman budaya dan sejarah secara mendalam.
- b. *Sightseeing*: wisatawan datang untuk mengetahui budaya merupakan motivasi utama berkunjung ke situs purbakala peninggalan Majapahit dan wisatawan memiliki pengalaman budaya dan sejarah yang sedikit mendalam.
- c. *Serendipitous*: wisatawan datang bukan untuk mengetahui budaya di situs purbakala peninggalan Majapahit, setelah wisatawan datang, wisatawan memiliki pengalaman budaya dan sejarah secara mendalam.
- d. *Casual*: wisatawan datang untuk mengetahui budaya ke situs purbakala peninggalan Majapahit namun bukan motivasi utama, setelah wisatawan datang, pengalaman budaya dan sejarah wisatawan rendah.



e. *Incidental*: wisatawan tidak datang untuk mengetahui budaya ke situs purbakala peninggalan Majapahit, tidak mengikuti beberapa aktivitas disana, pengalaman budaya dan sejarah rendah.

## 2. Pengaruh nilai budaya

Menurut Aprilia (2014), nilai-nilai budaya merupakan nilai-nilai yang disepakati dan tertanam dalam suatu masyarakat, lingkup organisasi, lingkungan masyarakat, yang mengakar pada suatu kebiasaan, kepercayaan, simbol-simbol, dengan karakteristik tertentu yang dapat dibedakan satu dan lainnya sebagai acuan perilaku dan tanggapan atas apa yang akan terjadi atau sedang terjadi. Wisatawan memutuskan berkunjung ke situs purbakala Kerajaan Majapahit karena adanya nilai penting atau khas yang dapat berupa sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, atau kebudayaan di situs purbakala Kerajaan Majapahit.

## 3. Sikap wisatawan terhadap daya tarik wisata

Pendit (2002), menyatakan bahwa daya tarik wisata yaitu segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Daya tarik wisata biasanya berwujud peristiwa, kejadian, baik yang terjadi secara periodik, maupun sekali saja, baik yang bersifat alami, tradisional, ataupun yang telah dilembagakan dalam kehidupan masyarakat modern. Menurut Gunn (1994), daya tarik wisata merupakan komponen yang paling kuat dalam penawaran daerah tujuan wisata.

## 4. Motivasi wisatawan terhadap budaya

McIntosh (1977) dan Murphy (1985) mengemukakan *cultural motivation* atau motivasi budaya merupakan keinginan untuk mengetahui budaya, adat istiadat, tradisi dan kesenian daerah lain. Menurut Pitana (2005), kajian mengenai motivasi semakin penting jika dikaitkan dengan pariwisata sebagai fenomena masyarakat modern, dimana perilaku masyarakat dipengaruhi oleh berbagai motivasi yang terjalin secara sangat kompleks, bukan hanya untuk kelangsungan hidup sebagaimana motivasi perjalanan pada masyarakat sederhana. Kajian mengenai motivasi mengalami pergeseran dari memandang motivasi sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata, ke arah yang lebih menekankan bagaimana motivasi mempengaruhi kebutuhan psikologis dan rencana jangka panjang seseorang, dengan melihat bahwa motif intrinsik (*self actualisation*) sebagai komponen yang sangat penting. Motivasi yang digunakan pada penelitian ini yakni sebagai berikut:

- a. *Physical or physiological motivation* (motivasi bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan. Contohnya dalam berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai, dan sebagainya.
- b. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya (monumen bersejarah)
- c. *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi, melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan, dan seterusnya.
- d. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis yang disebut juga sebagai *status* dan *prestige motivation*.

### 2.7.2 Variabel Eksternal

Variabel eksternal merupakan variabel yang berasal dari luar diri seseorang wisatawan yaitu

#### 1. Citra destinasi

Citra didefinisikan Kotler (2000) sebagai kesatuan dari kepercayaan, ide, kesan dari seseorang terhadap suatu objek, sikap dan perilaku seseorang terhadap objek merupakan suatu syarat penilaian yang tinggi terhadap citra objek. Menurut Medlik dalam Ariyanto (2005), setiap daerah tujuan wisata mempunyai citra (*image*) tertentu yaitu mental map seseorang terhadap suatu destinasi yang mengandung keyakinan, kesan dan persepsi. LeBlanc & Nguyen (1996) menyatakan citra merupakan gambaran kesan-menyeluruh yang dibuat dalam pikiran wisatawan. Citra destinasi merupakan manifestasi dari harapan wisatawan, sehingga citra mampu mempengaruhi wisatawan. Citra positif dari tempat tujuan wisata akan menjadi penyangga terhadap kekurangan destinasi dan sebaliknya. Citra positif suatu destinasi memainkan peran penting dalam “*attracting and retaining tourist*”..

#### 2. Pengalaman

Pengalaman merupakan suatu proses pembelajaran dan penambahan perkembangan potensi bertingkah laku baik dari pendidikan formal maupun non formal atau bisa diartikan sebagai suatu proses yang membawa seseorang kepada suatu pola tingkah laku yang lebih tinggi. Suatu pembelajaran juga mencakup perubahan yang relatif



tepat dari perilaku yang diakibatkan pengalaman, pemahaman dan praktek (Knoers & Haditono, 1999). Suatu objek wisata dapat dikategorikan menurut Plog (1972):

- a. Tempat wisata yang belum diketahui banyak orang, bersifat petualangan, fasilitas disediakan oleh masyarakat lokal.
- b. Tempat wisata yang sudah mempunyai fasilitas dengan standar internasional.
- c. Tempat wisata yang sudah diketahui banyak orang, namun belum mempunyai fasilitas dengan standar internasional.

### 2.7.3 Stimulan Wisata

Stimulan wisatawan merupakan hal-hal yang membuat seseorang terpengaruh untuk mengunjungi objek wisata sebagai berikut:

#### 1. Informasi

Menurut Gunn (1994), sistem informasi merupakan adanya informasi perjalanan dan atraksi di objek wisata. Informasi ini dapat disajikan dalam bentuk peta, buku petunjuk, artikel-artikel dalam majalah, brosur atau pun melalui internet. Menurut, Medlik dalam Ariyanto (2005), rekomendasi dari orang lain seperti teman atau kerabat yang sangat mengetahui atau sudah pernah berkunjung ke suatu objek wisata dapat merekomendasikan objek wisata tersebut kepada orang lain dengan menceritakan atraksi, fasilitas dan akses berkunjung sehingga dapat membuat orang lain terpengaruh untuk mengunjungi objek wisata tersebut.

### 2.8 Metode Statistika *Two Step Cluster*

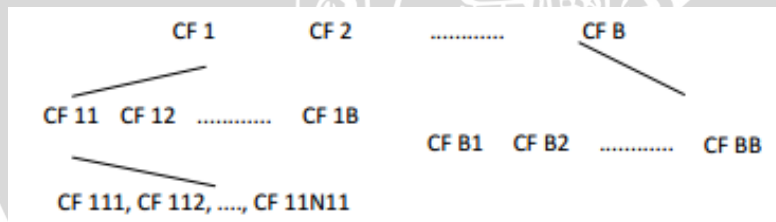
Analisis cluster digunakan untuk mengelompokkan objek-objek berdasarkan kesamaan karakteristik tertentu. Analisis cluster dibedakan menjadi tiga yaitu analisis *Cluster Hirarki*, *Cluster Non Hirarki* dan *Two Step Cluster*. Analisis yang sering digunakan yaitu *Analisis Cluster Hirarki* dan *Non Hirarki*, dua metode analisis ini hanya dapat menangani data interval dan rasio. Sedangkan untuk data dengan skala pengukuran campuran (nominal, ordinal, interval dan rasio) dapat digunakan analisis *Two Step Cluster*. Menurut Bacher, dkk. (2004) banyak algoritma digunakan para peneliti seperti *Cluster Non Hirarki* dan *Cluster Hirarki*, namun tidak dapat menangani data berskala campuran. Metode *Two Step Cluster* dapat menangani data berskala campuran dan menentukan kelompok optimal secara otomatis. Hal ini dikarenakan *Two Step Cluster* menggunakan jarak berdasarkan probabilitas yang dapat menggabungkan antara peubah kontinu maupun kategorik. Prosedur pada *two step cluster* adalah:

1. *Pre-cluster*, pada tahap ini obyek dibaca satu per satu dan ditentukan apakah obyek tersebut masih digabung dengan kelompok sebelumnya atau digabung dengan kelompok yang baru berdasarkan kriteria jarak. Prosedur ini dijalankan dengan membangun pohon *cluster feature* (CF).
2. Pengelompokan data ke sub kelompok. Pada tahap ini menggunakan metode agglomerative hierarchical clustering yang akan menghasilkan jumlah kelompok optimal dengan menggunakan BIC atau AIC.

Ukuran jarak yang digunakan adalah jarak *log-likelihood*, karena merupakan jarak berdasarkan probabilitas yang dapat menggabungkan antara variabel kontinu dan kategorik. Jarak antara dua kelompok adalah penurunan pada *log-likelihood* dibandingkan jika dua kelompok tersebut digabung dalam satu kelompok. Jika data hanya terdiri dari variabel kontinu dapat menggunakan jarak *Euclidean*.

### 2.8.1 Pohon *Clustering Feature* (CF)

*Clustering Feature* adalah ringkasan informasi yang menggambarkan suatu kelompok. Jika diberikan  $N$  data dalam sebuah kelompok berdimensi- $d$ ;  $\{ \}$ , dimana  $j = 1, 2, \dots, N$ . *Clustering Feature* (CF) vector didefinisikan sebagai :  $CF = \{N, M, V, K\}$ , dimana  $N$  adalah banyaknya data,  $M$  adalah rata-rata masing-masing variabel kontinu dari  $N$  data,  $V$  adalah varian masing-masing variabel kontinu dari  $N$  data dan  $K$  adalah jumlah dari masing-masing kategori untuk masing-masing variabel kategorik.



Pohon CF adalah suatu pohon keseimbangan yang memiliki dua parameter yaitu *Branching Factor* (B) dan *Threshold* (T). Pohon CF terdiri atas beberapa *level of nodes* dan pada masing-masing *node* terdiri dari beberapa *entries*. Hasil pengelompokan dengan pohon CF di atas adalah sub-cluster dengan CF tertentu yang terletak pada sebuah *entry* pada sebuah *node* di level terbawah. Ukuran pohon yang terbentuk bergantung dari parameter *threshold* (T), semakin besar T maka semakin kecil pohon yang terbentuk.

### 2.8.2 Jarak *Log-Likelihood*

Jarak *log-likelihood* adalah ukuran jarak berdasarkan probabilitas. Untuk menghitung *log-likelihood* diasumsikan distribusi normal untuk variabel kontinu dan distribusi multinomial untuk variabel kategorik dan saling bebas antar variabel. Pada



beberapa percobaan secara empiris, prosedur umum *two step clustering* dengan menggunakan jarak *log-likelihood* cukup *robust* terhadap pelanggaran asumsi *independence* dan *distributional*. Jarak antara kelompok  $j$  dan  $s$  didefinisikan sebagai :

$$d(j, s) = \xi_j + \xi_s - \xi_{\langle j, s \rangle}$$

$$\xi_v = -N_v \left( \sum_{k=1}^{K^A} \frac{1}{2} \log(\hat{\sigma}_k^2 + \hat{\sigma}_{vk}^2) + \sum_{k=1}^{K^B} \hat{E}_{vk} \right)$$

$$\hat{E}_{vk} = - \sum_{l=1}^{L_k} \frac{N_{vkl}}{N_v} \log \frac{N_{vkl}}{N_v}$$

Dimana :

$\xi_j$  adalah log-likelihood kelompok ke- $j$

$\xi_s$  adalah log-likelihood kelompok ke- $s$

$\xi_{\langle j, s \rangle}$  adalah log-likelihood kelompok gabungan antara kelompok ke- $j$  dan ke- $s$

$K^A$  adalah jumlah variabel kontinu

$K^B$  adalah jumlah variabel kategorik

$\hat{\sigma}_k^2$  adalah varian variabel kontinu ke- $k$

$\hat{\sigma}_{vk}^2$  adalah varian variabel kontinu ke- $k$  pada kelompok ke- $v$

## 2.9 Metode Statistika Regresi Logistik

Regresi logistik merupakan suatu metode analisis data yang digunakan untuk mencari hubungan antara variabel respon ( $Y$ ) yang bersifat biner atau dikotomis dengan variabel prediktor ( $X$ ) yang bersifat polikotomis (Hosmer dan Lemeshow, 2000). Keluaran dari variabel respon  $y$  terdiri dari 2 kategori yang biasanya dinotasikan dengan  $y=1$  (model berarti) dan  $y=0$  (model tidak berarti). Hosmer dan Lemeshow (2000) menjelaskan bahwa model regresi logistik dibentuk dengan menyatakan nilai  $P(Y = 1 \mid x)$  sebagai  $\pi(x)$ .

Regresi logistik adalah bagian dari analisis regresi yang digunakan untuk menganalisis variabel dependen yang kategori dan variabel independen bersifat kategori. Analisis regresi logistik digunakan untuk memperoleh probabilitas terjadinya variabel dependen (Suharjo, 2008 dalam Haloho, dkk, 2013). Regresi logistik dengan metode *backward (Wald)* memiliki cara kerja yaitu memasukkan semua variabel independen ( $X$ ) kemudian mengeliminasi satu persatu pada setiap *step* hingga tersisa variabel independen ( $X$ ) yang signifikan saja ( $\text{sig} \leq 0,05$ ). Sehingga *step* yang digunakan adalah *step* terakhir saja.

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen dapat dilakukan uji signifikansi secara keseluruhan dan secara individu sebagai berikut :

#### A. Uji signifikansi secara Keseluruhan

Sebelum membentuk model regresi logistik terlebih dahulu dilakukan uji signifikansi secara keseluruhan dan secara keseluruhan yaitu dengan hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_p = 0 \text{ (model tidak berarti)}$$

$$H_1 : \text{paling sedikit koefisien } \beta_i \neq 0 \text{ (model berarti)}$$

$$i = 1, 2, \dots, p.$$

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$G = -2 \log \left( \frac{l_0}{l_1} \right) = -2 [\log(l_0) - \log(l_1)] = -2 \log(L_0 - L_1) \quad (\text{Per. 2.1})$$

dengan :

$l_0$  : Nilai maksimum fungsi kemungkinan untuk model di bawah hipotesis nol

$l_1$  : Nilai fungsi kemungkinan untuk model di bawah hipotesis alternative

$L_0$  : Nilai maksimum fungsi log kemungkinan untuk model di bawah hipotesis nol

$L_1$  : Nilai maksimum fungsi log kemungkinan untuk model di bawah hipotesis alternative

Nilai  $-2(L_0 - L_1)$  tersebut mengikuti distribusi *Chi-square* dengan  $df = p$ . Jika menggunakan taraf nyata sebesar  $\alpha$ , maka kriteria ujinya adalah tolak  $H_0$  jika  $-2(L_0 - L_1) \geq X^2_{(p)}$  atau  $p$ -value  $\leq \alpha$ , dan terima dalam hal lain (Nachrowi, 2002 dalam Haloho, dkk, 2013).

#### B. Uji Kecocokan Model

Alat yang digunakan untuk menguji kecocokan model dalam regresi logistik adalah uji *Hosmer-Lemeshow*. Statistik *Hosmer-Lemeshow* mengikuti distribusi *Chi-square* dengan  $df = g - 2$  dimana  $g$  adalah banyaknya kelompok, dengan rumus sebagai berikut :

$$X^2_{HL} = \sum_{i=1}^g \frac{(O_i - N(\pi)(1 - \pi))^2}{N(\pi i(1 - \pi))} \quad (\text{Per. 2.2})$$

dimana :

$N_i$  : Total frekuensi pengamatan kelompok ke -  $i$



$O_i$  : Frekuensi pengamatan kelompok ke – i

$\Pi_i$  ; Rata-rata taksiran peluang kelompok ke – i

Untuk menguji kecocokan model *Chi-square* yang diperoleh dibandingkan dengan nilai *Chi-square* pada table *Chi-square* dengan  $df = g - 2$ . Jika  $X^2_{HL} \geq X^2_{(g-2)}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (Hosmer, 2000).

### C. Uji Signifikansi secara Individual

Uji signifikansi parameter secara individual dilakukan dengan menggunakan Wald Test dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

$H_0$  :  $\beta_i = 0$  (koefisien logit tidak signifikan terhadap model)

$H_1$  :  $\beta_i \neq 0$  (koefisien logit signifikan terhadap model)

dan statistik uji :

$$W^2 = \frac{\hat{\beta}^2}{SE(\hat{\beta}^2)} \quad (\text{Per. 2.3})$$

Nilai kuadrat W tersebut mengikuti distribusi *Chi-square* dengan  $df = 1$ . Jika  $W^2 \geq X^2_{(1,\alpha)}$  atau  $p\text{-value} \leq \alpha$  maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima  $\hat{\beta}_i$  adalah nilai dari estimasi parameter regresi dan  $SE(\hat{\beta}_i)$  adalah standart error (Nachrowi, 2002 dalam Haloho, dkk, 2013).

Nilai odd ratio (perbandingan) antara peluang kejadian untuk  $y=1$  dengan kejadian  $y=0$ . Odd ratio berhubungan dengan transformasi logit. Agar dapat menjadi bentuk yg linear, fungsi logistic harus ditransformasi. Salah satu bentuk transformasi yaitu transformasi logit. Meskipun transformasi logit bukanlah satu-satunya bentuk transformasi untuk fungsilogistik namun bentuk lagit yang paling banyak digunakan. Transformasi logit dapat dituliskan sebagai berikut :

$$F^{-1}_L(\pi_1) = \pi'_1 = \ln\left(\frac{\pi_i}{1-\pi_i}\right) = \beta_0 - \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots$$

keterangan :

$\pi'_1$  : Transformasi logit dari peluang  $\pi_i$

$\pi_i$  : Peluang terjadinya kejadian untuk variable respon  $y=1$

$1 - \pi_i$  : Koefisien model regresi logistik

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots$  : Koefisien bebas model regresi logistik

$X_0, X_1, X_2, \dots$  : Variabel bebas model regresi logistik

Persamaan untuk nilai odd ratio dituliskan sebagai berikut

$$\ln\left(\frac{\pi_i}{1-\pi_i}\right)$$

## 2.10 Kerangka Teori



Gambar 2.2 Kerangka Teori



## 2.11 Studi Terdahulu

Tabel 23. Studi Terdahulu

No	Judul	Nama Peneliti	Jenis	Variabel	Metode	Output	Perbedaan
1	Pengaruh Faktor-Faktor Kepariwisataan Wisatawan Asal Malaysia Terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Pekanbaru	Merri Deria (2013)	Skripsi	• Keputusan berkunjung wisatawan (Cooper, 2005)	• Analisis deskriptif • Metode <i>Cross Sectional</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor-faktor penarik wisatawan</li> <li>• Keputusan berkunjung wisatawan</li> <li>• Seberapa besar pengaruh faktor-faktor penarik untuk berkunjung</li> </ul>	Perbedaan studi terdahulu dengan penelitian ini yaitu: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi penelitian</li> <li>• Metode analisis yang digunakan</li> <li>• Pada penelitian terdahulu tidak terdapat segmen wisatawan.</li> </ul>
2	Pengaruh Produk terhadap Berkunjung Wisatawan di Museum Ranggawarsita	Rahman Arief (2013)	Skripsi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauran produk museum</li> <li>• Keputusan berkunjung wisatawan</li> </ul>	Analisis deskriptif dan regresi linier	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauran produk museum</li> <li>• Keputusan berkunjung wisatawan</li> </ul>	Perbedaan studi terdahulu dengan penelitian ini yaitu: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi penelitian</li> <li>• Variabel penelitian</li> </ul>
3	Manfaat Aplikasi Biogas di Desa Argosari Kecamatan Jabung Kabupaten Malang	Siti Nuriska (2015)	Skripsi	• Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna biogas	Analisis regresi logistik	• Faktor-faktor yang mempengaruhi peternak menggunakan biogas	Perbedaan studi terdahulu dengan penelitian ini yaitu: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi penelitian</li> <li>• Variabel penelitian</li> </ul>
4.	<i>The Need to Understand Cultural Heritage Tourists Behaviour What Malaysia and Developing Countries Need</i>	Lim Khong Chiu, Hisham Dzakiria, dkk. (2013)	Jurnal	• Kebiasaan wisatawan ( <i>Tourist Behaviour</i> )	Analisis deskriptif	• Kebiasaan wisatawan ( <i>Tourist Behaviour</i> )	Perbedaan studi terdahulu dengan penelitian ini yaitu: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi penelitian</li> <li>• Variabel penelitian</li> </ul>

