



Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung Desa Wisata Kebun Bibit Kediri Pada Masa Pandemi Covid 19

Rini Astuti¹⁾ ; Lina Saptaria²⁾
Universitas Islam Kediri Kediri^{1,2)}
Email: riniastuti@uniska-kediri.ac.id

Received: 04 March 2021; Revised: 26 April 2021; Accepted: 28 July 2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.37905/aksara.7.3.1067-1076.2021>

Abstract

Kebun bibit kediri is one of the tourism destinations that offers a variety of attractive tourist objects for visitors from various regions. This study aims to identify the factors that affect the satisfaction of visitors to kebun bibit kediri. This type of research is descriptive quantitative. The population of this research activity was all visitors to kebun bibit kediri tour during the Covid 19 pandemic. The sampling technique was purposive sampling, namely selecting respondents based on certain criteria. The number of research samples were 80 respondents. Methods of data collection using literature study, interviews, documentation, and questionnaires. The research instrument was measured using a Likert scale. Data analysis techniques using factor analysis. . The results showed that based on the factor analysis that had been carried out, it could be grouped. five factors of concern to the manager, namely 1). service quality factor, 2). Emotional factor ,. 3). Product quality factors, 4). public facilities factor, 5) price factor. but the dominant factor is the service quality factor. By looking at the existing conditions during the covid 19 conditions, it is hoped that the management will increase the factors that can increase the income of kebun bibit kediri.

Keywords: *satisfaction factors, covid pandemic 19*

Pendahuluan

Kebun bibit kediri merupakan salah satu destinasi pariwisata yang terletak Desa Jambu Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri. Konsep wisata yang ditawarkan oleh pengelola kebun bibit Kediri adalah wisata edukasi yang dikombinasikan dengan promosi produk-produk unggulan yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Jambu sebagai daya tarik wisata. Objek wisata edukasi yang dikembangkan antara lain : 1) wisata edukasi kebun bibit kediri, 2) wisata edukasi petik kelengkeng, 3) wisata edukasi perah susu kambing etawa, 4) wisata edukasi taman baca, 5) wisata edukasi menanam padi, 6) wisata edukasi sejuta ikan, 7) wisata edukasi gamelan, 8) wisata edukasi tubing sungai Niagara, dan 9) wisata edukasi tabulampot(Saptaria & Astuti, 2020). Daya tarik wisata perlu didukung oleh adanya fasilitas maupun amenitas pariwisata sehingga dapat menjamin kepuasan pengunjung tempat wisata. Fasilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata. Amenitas Pariwisata adalah segala fasilitas penunjang yang memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk memenuhi kebutuhan selama berwisata..

Jumlah pengunjung wisata edukasi kebun bibit Kediri sebelum terjadi masa pandemi covid 19 yaitu bulan januari-Maret 2020 rata-rata per bulan sebanyak 24 773



pengunjung. Jumlah pengunjung ini berasal dari kawasan domestic maupun mancanegara. Di masa pandemi covid 19 yaitu bulan April-Agustus 2020, jumlah rata-rata pengunjung menurun drastis karena adanya ketentuan dari pemerintah untuk tidak keluar rumah maupun melakukan kegiatan dalam kerumunan. Selain itu selama masa pandemi covid 19, tempat wisata harus ditutup sementara waktu sampai kondisi membaik. Pada bulan September pemerintah mengumumkan kondisi new normal, dan pihak pengelola wisata kebun bibit mulai membuka beberapa objek wisata dengan mengikuti protokol kesehatan. (Saptaria & Astuti, 2020)

Pengelola pariwisata perlu menyiapkan segala sesuatu untuk mendukung kenyamanan, keamanan, dan kepuasan pengunjung wisata. Kepuasan pengunjung wisata akan memberikan pengaruh yang positif bagi pengelola desa wisata. Pengunjung yang merasa puas akan pengalaman pariwisatanya, memberikan kemungkinan besar untuk melakukan kunjungan ulang dan mengajak rekannya untuk melakukan kunjungan wisata. Penelitian ini berfokus pada faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung kebun bibit kediri dan faktor yang dominan mempengaruhinya.

Kajian Pustaka

Kepuasan pelanggan merupakan penelitian mengenai keistimewaan produk atau jasa itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan. Kotler dan Armstrong (2004) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi pelanggan terhadap hasil dari suatu produk dengan harapannya. Lebih spesifik, secara analogi, kepuasan pelanggan berarti sejauh mana anggapan terhadap kualitas produk dalam memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan perilaku, berupa evaluasi purna beli pelanggan terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap barang atau jasa tersebut (Nasution, 2005:50). Pelanggan akan merasa puas jika merasa apa yang telah didapatkannya sesuai dengan pengorbanan yang dilakukan. Pelanggan yang senang dan puas cenderung akan menimbulkan sikap yang positif. Menurut Kotler & Keller (2009:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” (arti cukup baik, memadai) dan kata “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai” (Isnaeni, 2018)

Dalam konteks pariwisata kepuasan pengunjung merupakan hasil dari evaluasi setelah seseorang mengunjungi suatu destinasi dengan membandingkan kenyataan dan ekspektasi yang diinginkan (Allameh, 2015:196). Kepuasan pelanggan merupakan suatu penilaian dari pelanggan atas penggunaan produk barang atau jasa berdasarkan harapan dan kenyataan (Utama, 2017:202). Konsumen akan melakukan evaluasi terhadap apa yang telah dikonsumsinya. Jika kinerja tidak memenuhi ekspektasi yang diharapkan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja yang diterima sama dengan yang diharapkan, maka konsumen akan merasa biasa-biasa saja atau netral. Sedangkan jika hasil yang dirasakan melebihi ekspektasi pelanggan akan merasa sangat puas dan senang. Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan penilaian evaluatif yang dilakukan oleh pelanggan setelah mengkonsumsi

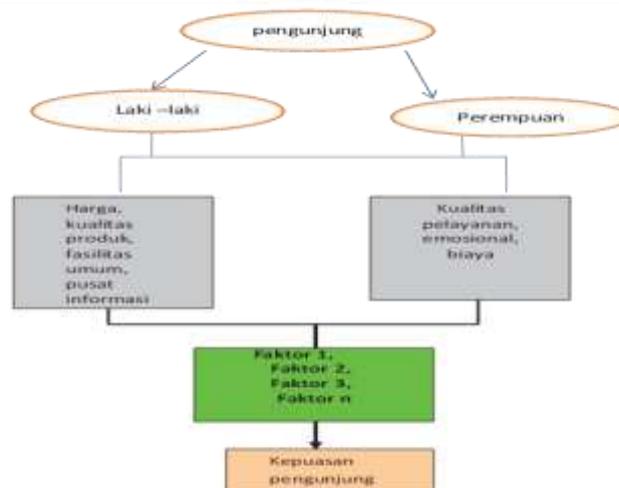


suatu barang atau jasa dengan membandingkan antara apa yang diperoleh dengan apa yang diharapkannya yang akan membentuk suatu respon positif.(Isnaeni, 2018)

Wisatawan merupakan unsur utama dalam pariwisata. Terlaksananya kegiatan pariwisata tergantung pada adanya interaksi antara wisatawan dan objek wisata, yang didukung dengan berbagai sarana prasarana pariwisata. Sebuah objek wisata akan dikatakan menarik jika banyak dikunjungi wisatawan Pendapat lain juga mengatakan bahwa wisatawan adalah aktor dalam kegiatan wisata. Berwisata menjadi sebuah pengalaman manusia untuk menikmati, mengantisipasi dan mengingatkan masa-masa didalam kehidupan. Pengunjung tempat wisata akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas(Negara, I, M et al., 2019)

Menurut Lupiyoadi (2001) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu: 1). Kualitas Produk.Pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. 2). Kualitas Pelayanan, Pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan. 3) Emosional Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerk dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merk tertentu.4) Harga Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.5) Biaya Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.(Solemede et al., 2020). Seiring dengan perkembangan kebutuhan dan kemajuan zaman, maka fungsi Pusat Informasi Wisata/TIC dapat menjadi tempat melakukan promosi bagi sebuah destinasi dalam meningkatkan jumlah kunjungan dan lama tinggal wisatawan yang berkunjung. Fasilitas selain pusat informasi adalah fasilitas umum yang diperlukan antara lain toilet,penataan taman, lampu penerangan,pembuatan pagar pembatas, toko oleh – oleh. (Asmoro & Aziz, 2020).

Kerangka berfikir dalam penelitian ini :





METHOD

Ruang lingkup penelitian ini berupa kajian dan evaluasi tentang kepuasan pengunjung Desa Wisata Kebun Bibit Kediri pada masa pandemi covid 19. Berdasarkan tujuannya, maka jenis penelitian ini adalah penelitian eksploratif (explorative research) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mencari gambaran atau konsep tentang faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan kepuasan pengunjung desa wisata kebun bibit Kediri. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik Purposive sampling. Untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan batas toleransi kesalahan 10%. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuisisioner, skala likert digunakan dalam pengukuran kuisisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor yaitu metode analisis multivariat yang didasarkan pada korelasi antar variabel. Analisis faktor termasuk salah satu teknik statistika yang dapat digunakan untuk memberikan deskripsi yang relatif sederhana melalui reduksi jumlah variabel yang disebut faktor. Analisis korelasi matrik antar indikator dalam hal ini digunakan untuk mengetahui apakah indikator - indikator kepuasan wisatawan layak dianalisis menggunakan analisis faktor. Syarat kecukupan pertama adalah dari KMO MSA (Kaiser Meyer Olkin Measure of sampling adequacy dan Barlett's test). Jika KMO MSA lebih besar dari 0,5 maka dianggap memenuhi syarat kecukupan untuk analisis faktor. Langkah kedua dalam analisis faktor adalah ekstraksi faktor dengan Principal Components Analysis (PCA). Melakukan rotasi faktor untuk menghasilkan komponen utama yang jelas. Proses analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Melakukan uji korelasi antar variabel asal dengan tujuan agar penyusutan variabel analisis faktor menjadi lebih sederhana dan bermanfaat, tanpa kehilangan banyak informasi sebelumnya.
2. Uji kelayakan data (menggunakan basis faktor) apakah cocok dilakukan analisis faktor.
3. Mencari akar ciri dan matriks Σ atau R.
4. Mengurutkan akar ciri yang terbentuk dari terbesar sampai terkecil.
5. Mencari proporsi keragaman atau berguna untuk mengetahui berapa faktor yang akan terbentuk.
6. Mengalokasikan setiap variabel asal kedalam faktor sesuai dengan nilai loading.
7. Apabila terdapat nilai loading yang identik atau hampir sama maka lakukan rotasi baik dengan cara orthogonal ataupun non orthogonal.
8. Setelah yakin dengan faktor yang terbentuk , maka berikan penamaan pada faktor tersebut dengan cara melihat variabel-variabel apa saja yang menyusun faktor tersebut.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	22	27.5	27.5	27.5
2	58	72.5	72.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	



Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa kuesioner yang telah disebarkan kepada seluruh responden telah mendapatkan jawaban sebanyak 100%. Jumlah responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 22 orang, dan jumlah responden yang memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 58 orang.

Jumlah Kunjungan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3,8	3,8	3,8
3	7	8,8	8,8	12,5
4	15	18,8	18,8	31,3
5	19	23,8	23,8	55,0
6	15	18,8	18,8	73,8
7	6	7,5	7,5	81,3
8	11	13,8	13,8	95,0
9	4	5,0	5,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Dari tabel daftar kunjungan diatas dapat diketahui bahwa pengunjung yang datang ke desa wisata kebun bibit Kediri selama pandemi covid 19 sebanyak 3 kali adalah 2 orang, yang berkunjung sebanyak 3 kali adalah 7 orang, yang berkunjung sebanyak 4 kali adalah 15 orang, yang berkunjung sebanyak 5 kali adalah 19 orang, yang berkunjung sebanyak 6 kali adalah 15 orang, yang berkunjung sebanyak 7 kali adalah 6 orang, yang berkunjung sebanyak 8 kali adalah 11 orang, yang berkunjung sebanyak 9 kali adalah 4 orang.

2. Hasil Analisis Faktor

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.627
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	369,146
	df
	190
	Sig.
	.000

Tabel nilai KMO MSA (Kaiser-Meyer-Olkin Measure Of Sampling Adequacy) yang dihasilkan sebesar 0,627. Angka Bartlett's Test of Sphericity (Sig.) yang tampak pada nilai Chi-Square sebesar 369,146 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa matriks korelasi bukan merupakan matriks identitas sehingga dapat dilakukan analisis komponen utama dan analisis faktor dalam penelitian ini dapat dilanjutkan karena sudah memenuhi persyaratan pertama. Karena nilai KMO lebih besar dari 0,50, maka masuk dalam kategori "cukup" dan layak untuk digunakan dalam analisis faktor.

Anti-image Correlation	Hargabibit	.345*	-.225	.156	.065	-.006	.010	-.269	.055	.259
	Hargabibir	-.225	.506*	.008	.044	-.106	.219	.127	-.045	-.062
	Hargamenu	.156	.008	.450*	.073	.105	.039	.036	-.140	-.095
	Menyenangkan	.065	.044	.073	.486*	.025	-.007	-.103	.088	.227
	Berbagaihiburan	-.006	-.106	.105	.025	.565*	-.047	.298	-.266	.026
	Edukatif	.010	.219	.039	-.007	-.047	.515*	.123	-.208	-.084
	Jenlswisata	-.269	.127	.038	-.103	.298	.123	.570*	-.435	-.287
	Sikapmemandu	.055	-.045	-.140	.088	-.266	-.208	-.435	.558*	.171
	Pengalaman	.259	-.062	-.095	.227	.026	-.084	-.287	.171	.672*
	Pusatleleholeh	-.046	-.077	.089	.036	.184	-.017	.203	-.283	-.195
	Kemudahaninformasi	-.024	.108	.107	.027	-.099	.016	-.202	-.068	-.178
	Layananprotokol	-.076	.033	.088	-.129	.126	-.079	.047	-.120	-.336
	Kebijakancovid19	.217	-.135	-.231	.214	-.172	-.170	-.374	.239	.244
	Fasumpoko	.188	.044	.149	-.139	-.053	-.029	-.132	.104	-.030
	Jumlahfasum	-.046	-.124	-.085	.050	-.022	-.190	.179	-.105	.023
	Keluarmasuk	-.023	-.050	.014	.188	.045	.116	.209	-.248	-.159
	Kemudahanfokasi	-.134	-.080	.004	.084	.114	-.112	.304	-.237	-.192
	Bermamnak	-.032	-.164	.005	.052	-.328	-.059	.126	.107	
	Parkirkendaraan	.022	.067	-.118	.016	.120	.103	-.206	.014	.243
	Saranaadantinghungan	-.018	-.108	-.082	-.047	-.165	.200	-.213	.070	-.189

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)



Berdasarkan nilai MSA diketahui terdapat nilai-nilai yang belum memenuhi syarat untuk menjadi faktor, sehingga perlu mengeluarkan variabel faktor yang tidak memenuhi syarat dan mengulang kembali analisis faktornya.

Hasil nilai KMO yang baru:

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	.715
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	df
	Sig.
	283.920
	91
	.000

Nilai anti-image matrices hasil ekstraktion

Anti-image Correlation	Hargabibit	Berbagaihiburan	Edukatif	Jeniswisata	Sikappemandu	Pengalaman	Pusatoleholeh	Kemudahaninformasi	Layananprotokol	Fasumpoko	Keluarmasuk	Kemudahanlokasi	Parkirkendaraan	Saranadanlingkungan
	.560 ^a	-.135	.145	.062	-.010	.024	-.107	.104	.056	.094	-.042	-.102	.094	-.149
		.575 ^a	-.079	.268	-.243	.060	.175	-.126	.127	-.064	.066	.111	.139	-.158
			.629 ^a	.101	-.175	-.026	-.044	.019	-.033	-.052	.179	-.089	.096	.165
				.667 ^a	-.374	-.183	.273	-.251	.003	-.116	.253	.258	-.159	-.244
					.635 ^a	.097	-.247	-.060	-.101	.136	-.277	-.217	-.052	.077
						.751 ^a	-.182	-.178	-.324	-.030	-.227	-.196	.242	-.200

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui data pada Anti image correlation terlihat terdapat kode huruf (a) yang menandakan besaran MSA (Measure of Sampling Adequacy) sebuah variabel. Nilai MSA dari masing-masing variabel yang diteliti adalah sebagai berikut.

Tabel Nilai MSA Penelitian Analisis Faktor 1

No	Jenis faktor yang dipertimbangkan	Nilai MSA
1	X1.2 (Harga bibit)	0,560
2	X2.2(Tersedia berbagai jenis hiburan)	0,575
3	X2.3(Edukatif)	0,629
4	X3.1 (Jenis wisata beragam)	0,667
5	X3.2 (Sikap pemandu)	0,635
6	X3.3(Memberi tambahan pengalaman)	0,750
7	X3.4 (Pusat oleh-oleh)	0,607
8	X4.1 (Kemudahan mendapat informasi)	0,868
9	X4.2 (Layanan protokol)	0,754
10	X5.1 (Tersedia fasilitas umum pokok)	0,786
11	X5.3(Arus keluar masuk pengunjung)	0,639
12	X6.1 (Kemudahan menjangkau lokasi)	0,532
13	X7.2 (Parkir kendaraan)	0,788
14	X7.3(Sarana prasarana dan lingkungan)	0,797

Sumber : Luaran SPSS diolah



Persyaratan yang harus terpenuhi dalam analisis faktor adalah nilai MSA > 0,50. Nilai MSA yang lebih besar dari 0,50 sebanyak 14 faktor.

Communalities

	Initial	Extraction
Hargabibit	1,000	.808
Berbagaihiburan	1,000	.731
Edukatif	1,000	.702
Jeniswisata	1,000	.686
Sikappemandu	1,000	.621
Pengalaman	1,000	.587
Pusatoleholeh	1,000	.512
Kemudahaninformasi	1,000	.649
Layananprotokol	1,000	.723
Fasumpoko	1,000	.610
Keluarmasuk	1,000	.500
Kemudahanlokasi	1,000	.498
Parkirkendaraan	1,000	.689
Saranadanlingkungan	1,000	.665

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Communalities menunjukkan nilai faktor yang diteliti apakah mampu untuk menjelaskan faktor atau tidak. Dari hasil 14 nilai faktor dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai communalities lebih besar dari 0,50. Berdasarkan output tabel diatas diketahui nilai communalities semua faktor adalah lebih besar dari 0,50. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua faktor dapat dilakukan proses selanjutnya yaitu ekstraksi faktor.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.113	29.380	29.380	4.113	29.380	29.380	2.653	18.952	18.952
2	1.476	10.539	39.919	1.476	10.539	39.919	2.586	18.470	37.422
3	1.268	9.060	48.979	1.268	9.060	48.979	1.322	9.440	46.863
4	1.104	7.884	56.863	1.104	7.884	56.863	1.286	9.188	56.051
5	1.020	7.287	64.150	1.020	7.287	64.150	1.134	8.100	64.150
6	.886	6.331	70.481						
7	.798	5.698	76.179						
8	.779	5.562	81.742						
9	.627	4.482	86.223						
10	.528	3.769	89.993						
11	.466	3.328	93.320						
12	.383	2.734	96.055						
13	.318	2.270	98.324						
14	.235	1.676	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total variance menunjukkan nilai masing-masing faktor yang dianalisis. Dalam penelitian ini dilakukan analisis terhadap 14 faktor. Berdasarkan tabel output total variance explained pada bagian “initial eigenvalues”, maka ada 5 faktor yang dapat terbentuk dari 14 faktor yang dianalisis. Syarat untuk menjadi sebuah faktor adalah nilai eigenvalue harus lebih besar dari 1 (>1). Nilai eigenvalue component 1 sebesar 4,113 (>1), maka menjadi faktor 1 dan mampu menjelaskan 29,380 % variasi. Nilai eigenvalue component 2 sebesar 1,476 (>1), maka menjadi faktor 2 dan mampu menjelaskan 39,919 % variasi. Nilai eigenvalue component 3 sebesar 1,268 (>1), maka menjadi faktor 3 dan mampu menjelaskan 48,979 % variasi. Nilai eigenvalue component 4 sebesar 1,104 (>1), maka menjadi faktor 4 dan mampu menjelaskan 56,663 % variasi. Nilai eigenvalue component 5 sebesar 1,020 (>1), maka menjadi faktor 5 dan mampu menjelaskan 64,150 % variasi.



Component Matrix^a

	Component								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Hargabit	-.050	-.324	-.022	.510	.448	-.319	-.348	-.010	-.292
Hargabitbit	-.196	-.011	-.228	.665	-.099	-.090	-.183	-.333	-.094
Hargamenu	.056	.426	.435	-.227	-.145	-.054	.228	.439	.065
Menyemangkan	-.137	-.401	-.200	-.325	.432	.354	.075	.120	.062
Berbagaihiburan	-.339	.219	.156	.422	-.194	.256	.121	.472	.174
Edukatif	-.242	.605	-.317	-.124	.212	-.247	-.044	.358	.169
Jeniswisata	.646	-.063	.405	-.092	.322	.023	.116	.201	-.233
Sikappemandu	.522	.277	-.110	.230	.025	-.127	.442	.214	.089
Pengalaman	.873	-.043	.189	-.088	-.171	-.232	-.216	.083	.351
Pusatoleholeh	.497	.183	-.322	.015	.205	.038	-.220	-.280	-.165
Kemudahaninformasi	.747	.001	.069	.122	-.001	.154	.078	.196	-.003
Layananprotokol	.513	-.171	.069	-.189	.224	-.444	-.009	.050	.392
Kebijakancovid19	-.037	.524	-.527	-.172	.153	.064	-.107	.054	-.370
Fasumpoko	.599	.137	-.296	.027	-.006	.433	-.256	.003	-.149
Jumlahfasum	-.214	.332	-.090	.167	.308	.335	.401	-.344	.384
Keluarmasuk	.504	-.101	-.108	.341	-.458	.144	-.057	.019	.027
Kemudahanlokasi	.388	.248	-.385	.075	-.144	-.358	.044	-.027	-.310
Bermasakan	-.245	.307	-.042	.236	.367	-.032	-.588	.057	.001
Parkirkendaraan	.737	.138	-.243	.004	.150	.148	.130	-.258	-.136
Saranadanlingkungan	.595	-.142	.436	.147	.190	.184	-.157	.076	.210

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 a. 9 components extracted.

Untuk menunjukkan nilai korelasi atau hubungan antara masing-masing item dengan faktor yang akan terbentuk, kita dapat membaca dari tabel output component matrix. Untuk memastikan suatu item masuk dalam kelompok faktor mana maka dapat ditentukan dengan melihat nilai korelasi terbesar antara faktor yang terbentuk. Hasil related component matrix adalah sebagai berikut:

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
Hargabitbit	-.054	-.005	-.130	-.158	.873
Berbagaihiburan	-.117	-.115	.134	.791	.245
Edukatif	-.151	-.163	.791	.092	-.140
Jeniswisata	.195	.687	-.158	.018	-.389
Sikappemandu	.422	.405	.425	.300	-.090
Pengalaman	.216	.714	.023	-.165	.056
Pusatoleholeh	.513	.150	.194	-.402	.167
Kemudahaninformasi	.568	.516	-.040	.126	-.208
Layananprotokol	-.039	.704	.232	-.401	.108
Fasumpoko	.762	.079	-.067	-.094	-.095
Keluarmasuk	.608	.163	-.237	.219	.019
Kemudahanlokasi	.499	.033	.447	-.174	.134
Parkirkendaraan	.725	.262	.043	-.281	-.120
Saranadanlingkungan	.199	.717	-.317	.074	.066

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
 a. Rotation converged in 11 iterations.

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis diatas adalah :

1. faktor 1 terdiri dari faktor sikap pemandu, fasum pokok, kemudahan keluar masuk, kemudahan lokasi, parkir kendaraan.
2. Faktor 2, terdiri dari faktor jenis wisata, pengalaman, kemudahan informasi, layanan protokol, sarana dan lingkungan
3. Faktor 3, terdiri dari edukatif, pusat oleh - oleh
4. Faktor 4, yaitu berbagai hiburan
5. Faktor 5, yaitu harga bibit

Dari ekstraksi faktor yang menghasilkan 5 faktor di atas ternyata masing-masing faktor memiliki beberapa komponen faktor yang diperoleh dari hasil rotasi faktor. Adapun masing-masing komponen faktor dapat dilihat pada tabel 5.12 diatas dengan nilai korelasi yang menunjukkan keeratan hubungan faktor tersebut sebagai faktor yang dipertimbangkan pengujung di kebun bibit kediri.



Hasil penting dari analisis faktor dalam penelitian ini adalah matrik faktor atau yang sering disebut sebagai factor pattern. Dalam matrik faktor dapat dilihat berbagai faktor dengan nilai koefisien yang dapat digunakan sebagai variabel yang yang ditentukan dalam batasan faktor. Koefisien factor loading menunjukkan korelasi antara faktor dan variabel dimana apabila suatu variabel memiliki nilai koefisien yang besar maka hal tersebut menunjukkan bahwa faktor dan variabel berkaitan sangat erat.

Berdasarkan pada hasil analisis faktor yang menghasilkan 5 faktor yang dipertimbangkan dalam kepuasan konsumen dengan interpretasi faktor sesuai dengan hasil rotasi matrik faktor dengan nilai koefisien masing-masing dapat diuraikan sebagai berikut.

Faktor pertama yang dipertimbangkan dalam kepuasan pengunjung desa wisata kebun bibit kediri adalah **Faktor kualitas pelayanan** yang meliputi sikap pemandu, fasum pokok, kemudahan keluar masuk, kemudahan lokasi, parkir kendaraan

Faktor kedua yang dipertimbangkan dalam kepuasan pengunjung desa wisata kebun bibit kediri adalah **Faktor emosional** yaitu faktor jenis wisata, pengalaman, kemudahan informasi, layanan protokol, sarana dan lingkungan

Faktor ketiga yang dipertimbangkan dalam kepuasan pengunjung desa wisata kebun bibit kediri adalah **Faktor kualitas produk** yaitu Faktor 3, terdiri dari edukatif, pusat oleh - oleh

Faktor keempat yang dipertimbangkan dalam kepuasan pengunjung desa wisata kebun bibit kediri adalah **Faktor fasilitas umum** yaitu Faktor 4, yaitu berbagai hiburan

Faktor kelima yang dipertimbangkan dalam kepuasan pengunjung desa wisata kebun bibit kediri adalah **Faktor harga** yaitu harga bibit

Dari analisis faktor yang sudah dilakukan diatas ditemukan satu **faktor dominan** yaitu **faktor 1 kualitas pelayanan** terdiri dari faktor sikap pemandu, fasum pokok, kemudahan keluar masuk, kemudahan lokasi, parkir kendaraan

Penutup

Berdasarkan analisis faktor yang telah dilakukan, dapat dikelompokkan faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pengunjung desa wisata kebun bibit Kediri dalam menentukan kepuasannya dalam berwisata. Ada lima faktor yang menjadi perhatian pihak pengelola yaitu 1). faktor kualitas pelayanan, 2). Faktor emosional,. 3). Faktor kualitas produk,.4). faktor fasilitas umum , 5) faktor harga. tetapi yang menjadi faktor dominan adalah faktor kualitas pelayanan. Selama pandemi covid 19 pihak pengelola berusaha meningkatkan fasilitas untuk kepuasan pengunjung. Dengan melengkapi semua kebutuhan pengunjung

Daftar Pustaka

- Asmoro, A. Y., & Aziz, M. (2020). Potensi Pengembangan Setigi sebagai Destinasi Wisata. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(3), 228. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i3.1136>
- Isnaeni, F. (2018). analisis faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung obyek wisata bojongsari purbalingga. *Universitas Negeri Semarang*, 121.
- Negara, I, M, W., Sudiarta, I, N., & Suardana, I, W. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Berkunjung di Serangan Denpasar Bali. *Jurnal Master*



Pariwisata (JUMPA), 6, 125–140.

- Saptaria, L., & Astuti, R. (2020). Strategi Pembelajaran Wisata Pendidikan Dengan Pendekatan Saintifik Sebagai Sumber Belajar Budidaya Tanaman Buah Di Kebun Bibit Kediri. *E-Prosiding Pascasarjana Universitas Gorontalo*, September, 9–18.
- Solemede, I., Tamaneha, T., & Selfanay, R. (2020). STRATEGI PEMULIHAN POTENSI PARIWISATA BUDAYA DI PROVINSI MALUKU (Suatu Kajian Analisis di Masa Transisi Kenormalan Baru). *Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan*, 1(1), 69–86.