

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI LITTLE FARMERS KABUPATEN BANDUNG BARAT

Irfani Pebriana*1), Wanjat Kastolani(2), Sri Marhanah(3)
(1) Mahasiswa, (2) (3) Penulis Penanggung Jawab

*Program Studi Manajemen Resort & Leisure
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia*

**E-mail: irfanifebriana@gmail.com*

ABSTRAK

Little Farmers merupakan salah satu destinasi wisata yang mengusung tema wisata edukasi yang berada di Jalan Kolonel Matsuuri no. 339 Cisarua, Kabupaten Bandung Barat. Destinasi wisata ini memiliki program unggulan yaitu belajar berkebun dan beternak. Namun, selama 12 tahun beroperasi, terjadi fluktuasi tingkat kunjungan yang cukup signifikan. Hal ini membuat penulis ingin mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata di Little Farmers. Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan metode deskriptif serta pendekatan kuantitatif. Penelitian survey merupakan penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data guna menjelaskan suatu populasi yang terlalu besar untuk diamati secara langsung. Metode deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai variable-variabel yang akan diteliti. Kuesioner digunakan untuk mencari data primer mengenai faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata. Sampel dalam penelitian ini merupakan pengunjung yang sudah pernah datang, dan jumlahnya ditentukan berdasarkan jumlah kunjungan lima tahun terakhir. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis dengan teknik analisis faktor dengan menggunakan software SPSS versi 16.0. Berdasarkan hasil analisis terdapat 2 faktor yang menjadi keputusan pembelian paket wisata yaitu: faktor daya tarik (produk, merk, jumlah pembelian dan metode pembayaran), faktor aksesibilitas (saluran pembelian, waktu pembelian) serta faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata di Little Farmers adalah faktor daya tarik (produk, merk, jumlah pembelian dan metode pembayaran). Dari hasil penelitian tersebut, peneliti dapat memberikan rekomendasi kepada pihak pengelola demi meningkatkan jumlah kunjungan di Little Farmers.

Kata Kunci : Analisis Faktor, Keputusan Pembelian

FACTORS THAT INFLUENCE THE PURCHASE DECISION OF TOUR PACKAGE AT LITTLE FARMERS WEST BANDUNG REGENCY

ABSTRACT

Little Farmers constitute one of tour destinations which carry an edu-tour theme, that placed in Kolonel Matsuuri street no. 339 Cisarua, West Bandung Regency. This tour destination have the main program, that is learning about farming and breed. But since 12 years operated, occurred fluctuation the amount of the visitor which significant enough. This cause making the author to searching about factors that influencing the purchase decision to buy the tour package in Little Farmers. This research is the survey-research with descriptive method along with quantitative approachment. Survey-research is the one which using for gather data in order to explaining a population to directly researched. Descriptive method using for

gather illustration about variables that will be researched. The quisoner using for finding the primary data about kind of factors influencing the purchase desicion of tour package. The sample of this research is the visitor who has came in this place and the amount define by the last 5 years visiting. Data was collected would be analyse with analysis factor technique which using software SPSS version 16.0. According to the result of analysis, be found 2 factors that will be the purchase desicion of tour package, there are : attraction factor (product, brand, amount of purchase and payment method), accessibility factor (purchase channel, time of purchase). And the dominant factor which influencing the purchase desicion of tour package in Little Farmers is a attraction factor (product, brand, amount of purchase and payment method). By the result of that research, researcher may giving recommendation to the organizer for increase amount of visit in Little Farmers.

Keyword(s) : Factor Analysis, Purchase Desicion

PENDAHULUAN

Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu daerah yang berbatasan langsung dengan Kota Bandung yang menyimpan begitu banyak potensi dan daya tarik wisata dan menjadi kawasan wisata alternatif bagi wisatawan yang berkunjung ke Bandung. Lokasi yang mudah dijangkau, tidak terlalu jauh dari Bandara Husein Sastranegara dan Gerbang Tol Pasteur serta dapat dijangkau melalui Kota Subang menjadikan daerah selalu ramai pada waktu liburan.

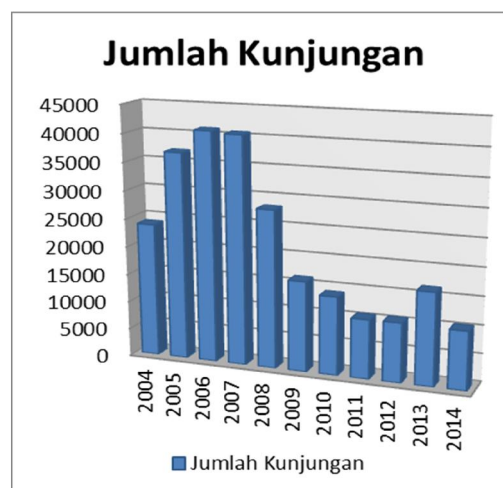
Salah satu wisata edukasi yang sudah berkembang cukup lama berada di daerah Cisarua, yang merupakan perbatasan antara Kabupaten Bandung Barat dan Kota Cimahi. Kebanyakan orang tua menjadikan wisata edukasi sebagai wisata keluarga untuk mengisi waktu luang. Tidak hanya bersenang-senang dan bermain pada saat berwisata, tapi juga sekaligus memberikan pengalaman baru kepada anaknya, itulah yang dimaksudkan orang tua memilih wisata edukasi.

Little Farmers adalah salah satu destinasi wisata yang mengusung konsep wisata edukasi yang berada di Jalan Kolonel Masturi No. 339 Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat. Tempat ini merupakan arena belajar sambil bermain, rekreasi dan Outbond yang bisa dilakukan oleh segala kalangan terutama untuk anak - anak dengan udara yang sejuk serta alam yang masih

asri. Aktivitas edukasi yang dapat dilakukan disini diantaranya adalah kegiatan pengenalan tanaman sayuran dan buah, kegiatan pertanian dan perkebunan seperti, mencangkul, menyebar benih/bibit sayuran, memetik sayuran hasil panen. Selain kegiatan pertanian disini juga ada kegiatan peternakan, seperti memberi makan hewan, serta pengenalan jenis jenis hewan yang ada di sini.

Berikut merupakan data jumlah kunjungan wisatawan di Little Farmers dari tahun 2004 sampai tahun 2014.

Gambar 1.
Tingkat Kunjungan Wisatawan Little Farmers 2004 – 2014



Sumber: *Manajemen Little Farmers (2016)*

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat tingkat kunjungan wisatawan mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun yaitu adanya

kenaikan dan penurunan jumlah kunjungan wisatawan. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa mulai tahun 2008 terjadi penurunan yang cukup drastis yaitu sebesar 30,6% dari tahun sebelumnya. Penurunan jumlah kunjungan ini berlangsung hingga tahun 2012. Penurunan jumlah wisatawan ini terjadi dikarenakan berpindahnya lokasi Little Farmers serta pergantian manajemen. Selain dikarenakan kedua hal tersebut, pengelola juga menjelaskan penurunan jumlah kunjungan disebabkan oleh mulai banyaknya kawasan wisata yang dikembangkan di daerah ini seperti Dusun Bambu dan revitalisasi kawasan wisata Curug Cimahi, serta terdapat kompetitor yang mengusung konsep wisata edukasi yang lokasinya lebih dekat dengan kota Bandung yaitu Jendela Alam yang terletak di jalan sersan bajuri. Pada tahun 2013 terjadi peningkatan jumlah kunjungan karena adanya pembaharuan fasilitas, aktivitas dan beberapa paket wisata, akan tetapi jumlah kunjungan menurun kembali di tahun berikutnya.

Penurunan jumlah pengunjung yang sangat signifikan ini menyebabkan dampak buruk bagi Little Farmers, karena perusahaan akan mengalami kerugian karena tidak dapat mencapai target yang telah ditetapkan dan jumlah kunjungan semakin menurun di tahun berikutnya. Penurunan jumlah kunjungan juga berdampak pada penurunan jumlah pembelian paket wisata yang ditawarkan di Little Farmers. Paket wisata (*tour package*) adalah suatu perjalanan wisata dengan satu atau beberapa tujuan kunjungan yang disusun dari beberapa, minimal dua, fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual sebagai harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan wisata (Nuriata, 2014).

METODE

Lokasi penelitian berada di Little Farmers yang merupakan bagian dari Unit Usaha Tani Koperasi Karyawan PT. Bio

Farma. Little Farmers terletak di Desa Kertawangi, RT. 03/ RW. 02, Kecamatan Cisarua–Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Tepatnya berada di jalan Kolonel Matsuri No. 339 Cisarua-Lembang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan teknik analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Menurut Morissan (2012) penelitian survey merupakan salah satu metode terbaik yang tersedia bagi para peneliti sosial yang tertarik untuk mengumpulkan data guna menjelaskan suatu populasi yang terlalu besar untuk diamati secara langsung. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual, dan akurat, Kusmayadi & Sugiarto, (2000). Menurut Sugiyono (2011) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata digunakan alat analisis data yaitu *SPSS 16.0 For Windows* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Jumlah sampel diperoleh berdasarkan populasi wisatawan yang berkunjung selama 5 tahun terakhir yaitu sebanyak 12.337 pengunjung. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner disebarkan langsung kepada pengunjung yang sedang berkunjung di Little Farmers. Setelah kuesioner disebarkan selanjutnya adalah melakukan uji validitas dan realibilitas. Uji ini dilakukan untuk mengetahui layang tidaknya variabel yang digunakan dalam penelitian. Suatu pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki koefisien validitas lebih besar dari pada nilai kritis yaitu 0,30

(Ghozali, 2011). Selanjutnya adalah uji realibilitas yang digunakan untuk menguji ketepatan atau keakuratan (*accuracy*) dan kemantapan (*consistency*) suatu instrumen (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000). Uji realibilitas dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Little Farmers terletak di jalan Kolonel Maturi No. 339 Cisarua, Kabupaten Bandung Barat yang merupakan program wisata berkebun dan merupakan salah satu unit kerja yang berada di bawah Unit Agribisnis Koperasi Karyawan PT. Bio Farma (K2BF). Pada awalnya program ini ditujukan untuk anak-anak usia TK sampai SD. Namun dengan seiring terus berkembangnya unit usaha ini, saat ini sasaran dari program agrowisata meningkat hingga SMP dan SMA.

Pada awalnya Unit Agribisnis Koperasi Karyawan PT. Bio Farma menerima rombongan guru dari Yayasan Salman Al Farisi yang mencari kebun yang akan digunakan sebagai sarana pengenalan sayuran kepada anak didiknya sekitar tahun 1997. Setelah melakukan kunjungan dan mendapat materi pengenalan tanaman dan cara bercocok tanam, 3 bulan kemudian rombongan Yayasan Al Farisi kembali datang kembali untuk memanen tanaman yang mereka tanam sebelumnya. Pada kunjungan ini, pihak Al Farisi banyak memberikan masukan dan saran kepada Manajemen di Unit Agribisnis Koperasi Karyawan PT. Bio Farma. Kegiatan berkebun ini terus berkembang dan banyak dikunjungi oleh sekolah-sekolah di sekitar Bandung dengan informasi *word of mouth*.

Nama Little Farmers atau petani cilik sendiri teretus pada saat menerima kunjungan dari TK Istiqomah sekitar tahun 2000. Sejak saat itu pengunjung terus meningkat bahkan dalam satu minggu bisa menerima tiga kunjungan sekolah, sementara instruktur yang ada hanya dua

orang, sehingga dicoba untuk merekrut instruktur sebagai tenaga paruh waktu.

- a. Little Farmers diresmikan pada tahun 2004 dengan kegiatan awal adalah berkebun dan beternak. Seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan maka dilakukan penambahan jenis permainan yang bekerjasama dengan warga sekitar dan memberikan hasil yang diperoleh dengan persentase bagi hasil yang telah disepakati sebelumnya. Pelayanan dan jenis permainan yang ditawarkan agrowisata Little Farmers antara lain: Berkebun dan Beternak

Kegiatan ini mengajak pengunjung baik dari sekolah, instansi/perusahaan, maupun keluarga untuk mengenal secara langsung bagaimana cara bercocok tanam mulai dari persemaian, pengolahan lahan, penanaman, sampai panen serta beternak mulai dari memberi makan hewan ternak, pengenalan jenis-jenis hewan, hingga pemanfaatan kotoran hewan (sapi) menjadi bahan baku bio gas. Hasil panen yang diperoleh di lahan juga dapat dibawa pulang oleh pengunjung.

- b. *Family Gathering*

Kegiatan ini biasanya dimulai dengan *Ice Breaking* terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan beberapa permainan *outing* yang jumlah permainannya dapat ditentukan oleh pengunjung. Kegiatan ini dikhususkan bagi pengunjung dari perusahaan atau rombongan dari beberapa keluarga yang bertujuan untuk mempererat hubungan atau kekompakan antar keluarga atau hubungan antar rekan kerja dalam satu perusahaan.

- c. *Flying Fox* dan *Two Lines Bridge*

Kegiatan *Flying Fox* ini disesuaikan dengan tingkat kebutuhan, dalam hal ini

disesuaikan untuk anak TK dan SD. Kegiatan ini membutuhkan keberanian karena pengunjung akan meluncur dari ketinggian 12 meter. *Two Lines Bridge* biasanya dilakukan sebelum *Flying Fox*, karena dua kegiatan ini merupakan satu paket rangkaian *outing* yang ada di Little Farmers. Pengunjung harus menyebrangi tali tambang baja setelah itu naik ke atas pohon untuk melakukan *Flying Fox*.

d. Mini arum jeram

Kegiatan ini terletak di belakang *office* dari Little Farmers. Untuk melakukan kegiatan ini, terlebih dahulu yang harus diperhatikan adalah debit air. Apabila sedang musim kemarau, kegiatan ini tidak dapat dilakukan karena debit air cenderung kecil. Disini, pengunjung diajak untuk menyusuri sungai dengan menggunakan perahu karet, akan tetapi untuk pengunjung yang memiliki berat badan diatas 30 kg kegiatan yang dilakukan adalah menyusuri sungai dengan berjalan kaki.

e. Menunggang Kuda

Kegiatan ini mengajak pengunjung untuk mengelilingi area Little Farmers, rute yang dilalui adalah kawasan budidaya rumput gajah yang berada di belakang area berkebun.

f. ATV

Jenis ATV yang ditawarkan disini ada 2, yang pertama ATV dengan kapasitas 1 orang, dan yang kedua adalah ATV dengan kapasitas 4 orang. Rute yang dilalui ATV sama dengan rute yang dilalui untuk kegiatan berkuda.

g. Pelatihan Agribisnis

Kegiatan ini menitik beratkan pada pelatihan yang di khususkan pada pengunjung yang ingin belajar tentang sayuran atau agribisnis

secara mendalam. Pelatihan agribisnis dilakukan dengan memberikan teori singkat dan praktik langsung di lapangan.

h. *Family gathering*

Kegiatan ini terdiri dari beberapa permainan *outing* yang dikhususkan bagi pengunjung dari perusahaan atau rombongan dari beberapa keluarga yang bertujuan untuk mempererat hubungan antar anggota keluarga atau hubungan antar rekan kerja dalam satu perusahaan.

Untuk kegiatan dan paket wisata yang ditawarkan oleh Little Farmers akan disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.
Daftar Paket wisata Little Farmers

Paket	Harga	Keterangan	Fasilitas
Berkebun	@ Rp 38.000.000,- (minimal 25 peserta) < 25 @ Rp 40.000.000,-	Berkebun: - Mencangkul - Menanam - Pengenalan tanaman sayuran & buah - Panen sayuran Beternak: - Memberi makan kelinci, domba, sapi	- Peman du - LKS berkebun - Hasil panen - Susu cup - Souvenir LF - Saung istirahat

Berkebutun plus	@ Rp 63.500.00,- (minimal 25 peserta) < 25 @ Rp 65.000.00,-	Berkebutun: - Mencangkul - Menanam - Pengenalan tanaman sayuran & buah - Panen sayuran. Beternak: - Memberi makan kelinci, domba, sapi - Permainan tangkap kelinci* *Bisa diganti dengan permainan dengan harga yang sama	- Pemandu - LKS berkebutun - Hasil panen - Susu cup - Souvenir LF - Saung istirahat
Berkebutun Super Sains	@ Rp 55.000.00,- (minimal 25 peserta) < 25 @ Rp 57.500.00,-	- Berkebutun - Beternak - Pendalaman materi IPA (sesuai jenjang) - Pengelompokan tumbuhan dan hewan - Pengenalan tabulampot (tanaman buah dalam pot) - Proses pengomposan dan pengenalan biogas - Pengetahuan lingkungan	- Pemandu - LKS Super Sains - Hasil panen - Susu cup - Souvenir LF - Saung istirahat

Sumber: *Manajemen Little Farmers (2016)*

Tabel 2.
Pilihan Permainan di Little Farmers

Pilihan Permainan	Harga Tiket
Ice Breaking	@ Rp 15.000.00,-
Fun Game	@ Rp 25.000.00,-
Team Building	@ Rp 50.000.00,-
Tangkap Kelinci	@ Rp 25.000.00,-

Mini Arum Jeram	@ Rp 10.000.00,-
Tangkap Ikan	@ Rp 10.000.00,-
Water War	@ Rp 10.000.00,-
Berkuda	@ Rp 10.000.00,-
ATV Besar (5 orang)	@ Rp 10.000.00,-
ATV Kecil (1 orang)	@ Rp 20.000.00,-
Tangkap ayam Pelangi	@ Rp 15.000.00,-
Paint Ball	@ Rp 95.000.00,-
Shooting Target	@ Rp 10.000.00,-
Panahan	@ Rp 10.000.00,-

Sumber : *Manajemen Little Farmers (2016)*

Karakteristik Pengunjung yang Datang ke Little Farmers Kabupaten Bandung Barat

Berdasarkan jumlah sampel yang telah dihitung sebelumnya, peneliti memperoleh 100 responden (guru dan orang tua) untuk dilakukan proses lebih lanjut pembahasan mengenai keputusan pembelian paket wisata. Kemudian 100 responden mengisi kuesioner untuk keperluan penelitian. Setelah responden mengisi kuesioner maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Profil Pengunjung Berdasarkan Asal Daerah

Berdasarkan hasil penyebaran 100 kuesioner kepada responden diperoleh hasil sebanyak 60% atau 60 orang pengunjung yang datang ke Little Farmers berasal dari kota Bandung, kemudian 19 orang atau 19% pengunjung berasal dari Cimahi, selanjutnya 10% atau 10 orang pengunjung berasal dari Kab. Bandung Barat, dan sisanya 7% atau 7 orang berasal dari luar Bandung dan 4% atau 4 orang berasal dari Kab. Bandung.

2. Profil Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penyebaran 100 kuesioner kepada responden diperoleh hasil bahwa mayoritas pengunjung yang datang adalah perempuan yaitu sebesar 73% atau 73 orang dan sisanya 27% atau 27 orang adalah laki-laki. Perempuan mendominasi kunjungan karena kebanyakan yang mendampingi siswa

atau anak dalam melakukan kegiatan berkebun adalah para guru perempuan. Biasanya dalam satu sekolah perbandingan antara guru perempuan dan guru laki-laki adalah 1:3.

1. Profil Pengunjung Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penyebaran 100 kuesioner kepada responden diperoleh hasil sebanyak 40% atau 40 orang dari 100 responden berusia 26-35 tahun. Sedangkan sebanyak 34% pengunjung berusia > 26 tahun dan sisanya berusia 18-25 tahun yaitu sebanyak 26% atau 26 orang.

2. Profil Pengunjung Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil penyebaran 100 kuesioner kepada responden diperoleh hasil diketahui bahwa pengunjung yang berkunjung ke Little Farmers didominasi oleh pengunjung dengan tingkat pendidikan terakhir S1 sebesar 53%. Sedangkan sisanya sebesar 30% berlatar belakang pendidikan SMA, 13% berlatar belakang pendidikan D3, sebanyak 3% berlatar belakang pendidikan S2, sebanyak 1% berlatar belakang pendidikan SMP.

3. Profil Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penyebaran 100 kuesioner kepada responden diperoleh hasil bahwa yang mendominasi pengunjung adalah guru yaitu sebesar 56% atau 56 orang responden. Responden lain sebanyak 17% atau 17 orang responden merupakan ibu rumah tangga. Sinyanya sebanyak 10% memiliki pekerjaan PNS, dan 9% atau 9 orang responden adalah Pegawai swasta, serta 2% mahasiswa dan 6% lainnya.

4. Profil Pengunjung Berdasarkan

Penghasilan

Berdasarkan hasil penyebaran 100 kuesioner kepada responden diperoleh hasil sebanyak 45% atau 45 orang responden memiliki penghasilan diantara Rp 2.600.000 – Rp 5.000.000. kemudian pengunjung yang memperoleh penghasilan berkisar Rp 1.100.000 – Rp 2.500.000 sebanyak 39% atau 39 orang responden. Sebanyak 11% atau 11 orang responden memiliki penghasilan < RP 5.100.000 dan sisanya 5% responden berpenghasilan < Rp 1.000.000.

5. Profil Pengunjung Berdasarkan Sumber Informasi

Berdasarkan hasil penyebaran 100 kuesioner kepada responden diperoleh hasil bahwa 54% pengunjung mengetahui Little Farmers dari sekolah. Selanjutnya sebanyak 17% pengunjung mengetahui Little Farmers dari teman/keluarga. Kemudian sisanya sebanyak 15% mengetahui dari Internet/sosial media, 10% mengetahui karena adanya sosialisasi dari pihak LF dan terakhir sebanyak 4% dari lainnya.

6. Profil Pengunjung Berdasarkan Partner Kunjungan

Berdasarkan hasil penyebaran 100 kuesioner kepada responden diperoleh hasil bahwa 68% pengunjung datang dengan rombongan, sementara itu sebanyak 30% pengunjung datang dengan keluarga, dan selebihnya dengan persentase masing masing 2% dengan teman dan lainnya.

7. Profil Pengunjung Berdasarkan Lama Waktu Berkunjung

Berdasarkan hasil penyebaran 100 kuesioner kepada responden diperoleh hasil bahwa perbedaan waktu kunjungan tiap pengunjung tidak terlalu jauh. Sebanyak 35% atau 35 responden berada di Little Farmers

selama 1-2 jam, kemudian 35 % atau 35 orang responden berada di Little Farmers lebih dari 3 jam, sementara itu sisa nya 30% atau 30 orang responden berada di Little Farmers selama 2-3 jam.

8. Profil Pengunjung Berdasarkan Jenis Kendaraan yang Digunakan

Berdasarkan hasil penyebaran 100 kuesioner kepada responden diperoleh hasil bahwa 56% atau 56 orang orang responden datang ke Little Farmers menggunakan Bus. Selanjutnya 32% atau 11 orang menggunakan kendaraan pribadi. Sisanya 11% atau 11 orang menggunakan kendaraan umum dan 1% menggunakan alat transportasi lainnya.

Setelah karakteristik wisatawan diketahui hasilnya, maka penelitian dilanjutkan dengan melakukan proses analisis faktor. Analisis faktor dalam penelitian ini bertujuan untuk mengelompokkan faktor-faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata di Little Farmers Kabupaten Bandung Barat. Dalam penelitian ini peneliti menyebar 100 kuesioner yang diisi oleh responden yang merupakan orang tua dan guru. Metode yang digunakan adalah metode analisis faktor dengan menggunakan SPSS 16.0 dengan bantuan *Microsoft Excel* untuk menghitung jumlah rata-rata dari setiap indikator pernyataan yang telah diisi responden.

Langkah pertama dalam analisis faktor adalah melakukan uji KMO dan Bartlett. Tujuan dilakukan pengujian ini adalah untuk mengetahui variabel apa saja yang layak dan tidak layak untuk proses pengujian selanjutnya. Proses kedua dalam analisis faktor adalah penyaringan variabel dengan melihat tabel *anti-image Matrix* dengan ketentuan nilai MSA > 0,5. Bila nilai MSA <0,5 maka maka variabel tersebut tidak mampu untuk dilanjutkan

dalam proses analisis selanjutnya. Proses selanjutnya adalah menerangkan berapa persen faktor atau variabel baru yang terbentuk dari analisis faktor dapat menerangkan varians dari variabel tersebut yang dapat dilihat di dalam tabel *communalities*. Selanjutnya tabel *variens explained* yang menerangkan berapa persen nilai dari varians yang mampu diterangkan oleh banyaknya faktor yang terbentuk. Tabel ini terdiri atas dua kolom, yang pertama *initial Eigenvalues* yang menunjukkan jumlah variabel dan kolom kedua *Extraction sums of Squad Loading* yang menunjukkan jumlah varian yang diperoleh. Proses selanjutnya adalah mengetahui hubungan antara banyaknya faktor yang terbentuk dengan nilai eigenvalue dalam bentuk grafik yang disajikan dalam grafik *Scree Plot*. Kemudian dilakukan proses analisis Tabel *Component Matrix* untuk mengetahui nilai korelasi atau perbandingan antar variabel dengan faktor akhir yang diperoleh dari hasil perhitungan analisis sebelumnya. Selanjutnya adalah proses *Rotated Component Matrix* yaitu untuk mengetahui nilai korelasi antara suatu variabel dengan faktor yang terbentuk. Setelah semua proses tersebut dilakukan, maka akan diperoleh beberapa faktor baru yang berasal dari variabel-variabel yang telah diteliti sebelumnya. Adapun hasil dari pengolahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji KMO & Bartlett Measure of Sampling Adequacy (MSA)

Tabel 3

Uji KMO dan Bartlett

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.782
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square Sphericity	236.779
Df	15
Sig.	.000

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0

Nilai KMO yang didapat dalam penelitian ini adalah 0,782, itu berarti variabel mampu dan dapat di prediksi untuk pengujian selanjutnya. Kemudian dapat dilihat nilai Bartlett sebesar 0,00 (<0,5). Maka dapat disimpulkan bahwa model faktor yang dibentuk layak digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Setelah menguji dan menemukan nilai KMO dan Bartlett test, maka langkah selanjutnya adalah ekstraksi variabel atau penyeleksian variabel yang biasa disebut dengan *anti-image correlation*. Dalam kolom tabel ini, ada beberapa angka yang memiliki label ^(a). Angka yang berlabel ^(a) dalam tabel tersebut berarti memiliki nilai MSA di atas 0,5, dengan ketentuan bahwa nilai MSA (Measure of Sampling Adequacy) yaitu berkisar antara 0 sampai 1 dengan kriteria :

- MSA = 1, variabel tersebut dapat di prediksi tanpa ada kesalahan oleh variabel lain.
- MSA > 0,5, variabel masih bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.
- MSA < 0,5, variabel tidak dapat diprediksi dan tidak dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.
Nilai MSA tabel *Anti-image Correlation*

Variabel	Nilai MSA
Produk	0,747
Merk	0,844
Saluran Pembelian	0,685
Waktu Pembelian	0,820
Jumlah Pembelian	0,790
Metode Pembayaran	0,778

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai MSA diatas 0,5. Maka penelitian ini dapat dilanjutkan ke proses selanjutnya.

2. Analisis Communalities

Langkah selanjutnya dalam analisis faktor adalah Analisis Communalities. Tabel ini menerangkan berapa persen

faktor atau variabel baru yang terbentuk dari analisis faktor dan dapat menerangkan varians dari variabel tersebut. Berikut ini adalah tabel Communalities terhadap 6 sub variabel yang dianalisis:

Tabel 5.
Communalities

	Initial	Extraction
Produk	1.000	.828
Merk	1.000	.697
saluran_pembelian	1.000	.758
Waktu_kunjungan	1.000	.657
jumlah_pembelian	1.000	.614
metode_pembayara n	1.000	.726

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa ke-6 sub variabel tersebut bersifat positif. Nilai initial pada tabel diatas menggambarkan bahwa varian penyusun faktor masih belum dilakukan proses ekstraksi dengan satuan persentase 100%. Sedangkan kolom *extraction* menggambarkan bahwa varian penyusun faktor telah diekstraksi dan dapat menggambarkan faktor apa saja yang terbentuk.

Hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa sub variabel faktor produk mendapatkan dimensi terbesar yaitu 0,828 dan dimensi terkecil adalah sub variabel faktor jumlah pembelian dengan skor 0,614.

3. Analisis Total Variance Explained

Analisis *Total Variance Explained* dilakukan untuk menerangkan berapa persen nilai dari varians yang mampu diterangkan oleh banyaknya faktor yang terbentuk. Total varians ini terbentuk setelah melakukan proses *Communalities*. Pada penelitian ini terdapat 6 variabel. Dalam proses analisis ini terdapat dua macam analisis penjelasan. Yang pertama adalah *initial Eigenvalues* dan *Extraction Sums of Squard Loading*. Varian *initial*

Eigenvalues akan menunjukkan faktor apa saja yang terbentuk, yang apabila semua faktor dijumlahkan maka akan menunjukkan jumlah variabel. Berikut ini adalah tabel *Total Variance Explained*.

Berdasarkan tabel berikut ini, dapat diketahui nilai *Total Variance Explained* disebutkan secara berurutan, yaitu: $3,169 + 1,112 + 0,670 + 0,460 + 0,387 + 0,203 = 6,001$ (6). Sedangkan nilai *Eigenvalues* yang memiliki angka >1 atau faktor baru yang telah terbentuk hanya berjumlah 2 varian yang terdiri dari: variabel pertama = 3,169 dan variabel kedua = 1,112.

Tabel 6.
Total Variance Explained

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues	Extraction Sums of Squared Loadings				Rotation Sums of Squared Loadings			
		Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance
1	3.169	52.810	52.810	3.169	52.810	52.810	2.763	46.045	46.045
2	1.112	18.528	71.337	1.112	18.528	71.337	1.518	25.292	71.337
3	.670	11.162	82.500						
4	.460	7.664	90.164						
5	.387	6.454	96.618						
6	.203	3.382	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

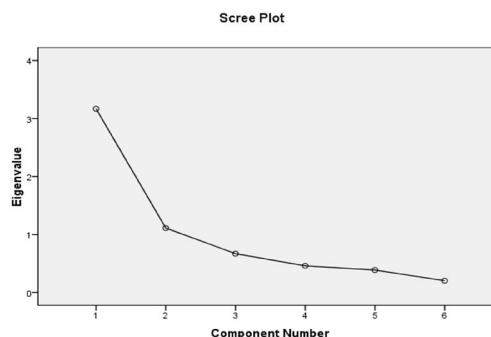
Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0

4. Analisis Scree Plot

Scree Plot dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara banyaknya faktor yang terbentuk. Dengan adanya grafik ini maka akan memudahkan peneliti untuk mengetahui jumlah faktor baru yang terbentuk. Berikut ini merupakan gambar *Scree Plot* dari faktor baru yang telah dibentuk.

Gambar 2.
Output Scree Plot

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0



Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Eigenvalue* yang berada di atas angka satu hanya berjumlah dua poin. Sehingga dapat diketahui bahwa dari ke-6 faktor yang dianalisis akan membentuk 2 faktor baru.

5. Analisis Component Matrix

Tabel 7.
Component Matrix
Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Produk	.896	-.158
Merk	.693	-.466
saluran_pembelian	.365	.790
Waktu_kunjungan	.669	.458
jumlah_pembelian	.783	.030
metode_pembayaran	.832	-.185

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 2 components extracted

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0

Analisis *Component Matrix* bertujuan untuk mengetahui korelasi atau perbandingan antar variabel dengan faktor yang terbentuk. Dalam penelitian ini, faktor yang dianalisis adalah 6 faktor, setelah dilakukan analisis terbentuklah 2 faktor baru.

6. Analisis Rotated Component Matrix

Proses sebelumnya menjelaskan mengenai korelasi faktor yang terbentuk. Dari 6 variabel yang dianalisis terbentuk 2 faktor baru, akan tetapi faktor baru ini

masih diragukan nilai korelasinya, untuk itu perlu dilakukan rotasi faktor untuk mengetahui nilai korelasi dari masing-masing faktor.

Tabel 8.
Rotated Component Matrix

Rotated Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Produk	.873	.257
Merk	.828	-.110
saluran_pembelian	-.024	.870
Waktu_kunjungan	.396	.707
jumlah_pembelian	.688	.374
metode_pembayaran	.827	.204

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 3 iterations.

Sumber: *Hasl Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0*

Berdasarkan rotasi faktor ini dapat ketahu mana saja variabel yang termasuk kelompok faktor 1 dan mana saja faktor 2. Berikut ini merupakan tabel yang meunjukkan faktor-faktor baru yang terbentuk.

Tabel 9.
Faktor Baru yang telah Dibentuk

Faktor	Variabel
1	Produk, Merk, Jumlah Pembelian, Metode Pembayaran
2	Saluran Pembelian, Waktu Kunjungan

Sumber: *Hasil Olahan Peneliti, Mei 2016*

7. Analisis *Component Transformation Matrix*

Proses ini merupakan tahapan terakhir dalam analisis faktor. Dalam analisis sebelumnya telah ditentukan 2 faktor baru yang menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata di Little Farmers. Faktor baru ini harus diuji lagi untuk mengetahui valid tidaknya faktor tersebut. Tabel berikut ini merupakan hasil analisis *component transformation matrix*.

Tabel 10.
Component Transformation Matrix

Component Transformation Matrix

Component	1	2
1	.896	.444
2	-.444	.896

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Sumber: *Hasl PengolahanData Menggunakan SPSS versi 16.0*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa faktor baru yang terbentuk valid. Faktor tersebut dinyatakan valid karena memiliki nilai korelasi yang tinggi pada setiap sumbu diagonal dalam tabel tersebut.

8. Pemberian Nama Faktor

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap kuesioner dengan responden pengunjung yang berkunjung di Little Farmers Kabupaten Bandung Barat, maka terbentuklah 2 faktor baru yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata di Little Farmers Kabupaten Bandung Barat. Faktor faktor tersebut kemudian diberi nama sesuai dengan variabel, yaitu:

- a. Faktor 1 dengan nilai *Eigenvalue* 3,169 diberi nama faktor daya tarik (Produk, Merk, Jumlah Pembelian, Metode Pembayaran).
- b. Faktor 2 dengan nilai *Eigenvalue* 1.112 diberi nama faktor aksesibilitas (Saluran Pembelian dan Waktu Kunjungan).

Faktor Dominan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, terdapat faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata di Little Farmers. Faktor tersebut adalah Faktor Daya Tarik yang terdiri dari Produk, Merk, Jumlah Kunjungan dan Metode pembayaran. Faktor tersebut dinyatakan sebagai faktor dominan karena memiliki nilai *Eigenvalue* yang paling

besar dibandingkan dengan faktor lain yaitu sebesar 3,169.

Faktor tersebut menjadi faktor dominan karena dalam melakukan keputusan pembelian kita pasti melakukan beberapa pertimbangan diantara pertimbangan mengenai produk yang akan dibeli, merk yang ada pada produk tersebut, jumlah pembelian yang kita lakukan serta kemudahan dalam hal melakukan pembayaran.

Di Little Farmers produk yang diunggulkan adalah kegiatan berkebun dan betenak. Kegiatan ini mengajarkan dan mengenalkan beberapa jenis sayuran dan buah buahan kepada anak. Selanjutnya juga anak akan diajarkan bagaimana cara berkebun yang baik, mulai dari cara mencangkul dan manfaat tanah yang subur untuk tanaman, menyebar benih tanaman, estimasi waktu tanaman tersebut ditanam sampai saat panen, hingga cara memanen sayuran yang benar. Kemudian anak juga akan diedukasi manfaat dari sayuran yang di panen dan hasil panen dapat dibawa pulang oleh pengunjung. Setelah selesai berkebun anak akan diajak ke lokasi beternak. Disini anak akan diedukasi tentang jenis-jenis hewan, seperti jenis-jenis kelinci, kambing, dan juga sapi. Selanjutnya anak akan dipersilahkan untuk memberi makan hewan ternak dengan menggunakan rumput gajah. Dengan merk yang diciptakan yaitu program pendidikan dan wisata berkebun, diharapkan pengunjung yang datang kesini akan mendapatkan beberapa manfaat sekaligus, yaitu setelah datang kesini diharapkan pengunjung mendapat pengetahuan baru dan bisa mempraktekkannya di rumah agar dapat menanam sendiri sayuran yang sudah dijamin kesehatannya. Selain mendapatkan pengetahuan baru, pengunjung yang datang juga diharapkan akan mendapat kesenangan dengan aktivitas yang ditawarkan di sini.

Dengan berbagai manfaat yang didapat, ada baiknya pihak pengelola membuat atau mengembangkan paket-

paket wisata baru yang ditujukan untuk kalangan umum sehingga semakin banyak pengunjung yang datang. Paket-paket wisata baru ini harus didukung pula dengan atraksi atau kegiatan yang lebih lengkap dan dengan harga yang terjangkau. Mengingat Little Farmers sudah memiliki nama/ eksistensi yang cukup baik dikalangan sekolah-sekolah di kota Bandung. Dengan penambahan paket baru dan juga pembaharuan terhadap fasilitas dan aktivitas wisata diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti mengenai factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata di Little Farmers, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah menganalisis hasil kuesioner yang disebarkan peneliti kepada pengunjung yang berkunjung ke Little Farmers, mayoritas pengunjung yang datang ke Little Farmers berasal dari Kota Bandung dan berjenis kelamin perempuan dengan usia berkisar 26-35 tahun, usia ini adalah usia dewasa dimana pada usia ini banyak ibu muda dengan usia anak rata-rata TK hingga SD dan mereka ingin memberikan kegiatan yang memberikan pengetahuan baru kepada anak dengan cara praktek langsung dilapangan. Rata-rata jenis pekerjaan pengunjung adalah guru dikarenakan rombongan yang berasal dari sekolah-sekolah mendominasi kunjungan disini dan mereka datang dengan menggunakan bus dengan waktu kunjungan antara 1-2 jam dan juga >3 jam. Sekolah dan guru mendominasi karena banyak sekolah sekarang yang tidak hanya memberikan pelajaran di kelas

tetapi juga bagaimana praktek langsung di lapangan.

2. Terdapat 6 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata, factor-faktor tersebut adalah Faktor Produk, Faktor Merk, Faktor Saluran Pembelian, Faktor Waktu Pembelian, Faktor Jumlah Pembelian dan Faktor Metode Pembayaran. Dari 6 faktor tersebut akhirnya dihasilkan 2 faktor baru yaitu
 - a. Faktor Daya Tarik (Produk, Merk, Jumlah Pembelian, Metode Pembayaran)
 - b. Faktor Aksesibilitas (Saluran Pembelian, Waktu Pembelian).

Faktor dominan yang terbentuk dan menjadi aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata di Little

Farmers adalah Faktor Daya Tarik (Produk, Merk, Jumlah Pembelian, Metode Pembayaran). Faktor dominan bisa dilihat dari nilai *Eigenvalue* yang dimiliki oleh faktor tersebut. Semakin besar pengaruh faktor tersebut, maka faktor tersebut akan semakin dominan. Nilai *Eigenvalue* yang diperoleh Faktor Internal adalah 3,169.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusmayadi dan Endar Sugiarto.(2000). *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Morrisan, M.A (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana
- Nuriata.(2014). *Paket Wisata*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta