

BAB III

PERSEPSI WISATAWAN DOMESTIK TENTANG UNSUR-UNSUR PEMBENTUK CITY BRANDING KOTA SEMARANG TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE KOTA SEMARANG

Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil uji validitas dan reliabilitas dari kuesioner yang telah disebarakan kepada 30 wisatawan domestik. Wisatawan domestik telah melakukan kunjungan ke semua objek wisata di Kota Semarang.

3.1 Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji ini penting agar kita dapat memahami apa yang membuat instrumen menjadi valid dan dapat dipercaya sehingga menghasilkan data yang akurat (Jonathan,2012:83). Sebuah instrumen pengukuran dikatakan *reliable* bila memberikan hasil nilai yang konsisten pada setiap pengukuran (Stanislaus, 2009:273).

3.1.1 Validitas Instrumen Penelitian

Validitas dapat dikatakan sebagai kekuatan kesimpulan, inferensi, atau poporsisi dari hasil riset yang sudah kita lakukan yang mendekati kebenaran.

Berikut ini terdapat pandangan dari beberapa ahli mengenai validitas :

Kondisi yang mendekati kebenaran atau kesalahan yang terdapat dalam inferensi, proposisi atau kesimpulan (Cook dan Campbell.1979). Validitas berkaitan dengan kebenaran, maksudnya : apakah pengukuran test digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan sejauhmana inferensi dapat dibuat dari nilai-nilai hasil pengujian atau pengukuran lainnya (Mehrens dan Lehman.1987). Sedangkan menurut Worthen validitas adalah tingkatan dimana pengukuran mencapai tujuan dimana pengukuran tersebut digunakan.

Suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan inferensi yang dihasilkan mendekati kebenaran (Jonathan,2012:84).

3.1.2 Proses Uji Validitas Instrumen Penelitian

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan SPSS 19. Data yang digunakan sebagai uji validitas instrumen berasal dari 30 wisatawan domestik diambil secara acak yang telah mengunjungi semua objek wisata di Kota Semarang. Sedangkan jumlah pernyataan sebanyak 54 dari sembilan variabel yaitu persepsi wisatawan domestik tentang keunikan Kota Semarang (X1), persepsi wisatawan domestik tentang kuliner Kota Semarang (X2), persepsi wisatawan domestik tentang *heritage* Kota Semarang (X3), persepsi wisatawan domestik tentang murah di Kota Semarang (X4), persepsi wisatawan domestik tentang keramahan penduduk Kota Semarang (X5), persepsi wisatawan domestik tentang kalangan muda Kota Semarang (X6), persepsi wisatawan domestik tentang keragaman budaya Kota Semarang (X7), motivasi wisatawan domestik (Z), dan minat wisatawan domestik berkunjung kembali ke Kota Semarang (Y).

Menghitung validitas pernyataan pada penelitian ini dengan cara mengklik menu *analyse, scale, reliability analysis* dengan menggunakan model Alpha. Pada bagian statistik pilih item, scale, scale if item deleted dan ok.

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas Instrumen Tahap 1

Item Pertanyaan	Uji r	r Tabel	Keterangan
x1	.588	0.3610	Valid
x2	.607	0.3610	Valid
x3	.608	0.3610	Valid
x4	.725	0.3610	Valid
x5	.650	0.3610	Valid
x6	.593	0.3610	Valid
x7	.646	0.3610	Valid
x8	.707	0.3610	Valid
x9	.662	0.3610	Valid
x10	.576	0.3610	Valid
x11	.606	0.3610	Valid
x12	.790	0.3610	Valid
x13	.583	0.3610	Valid
x14	.457	0.3610	Valid
x15	.465	0.3610	Valid
x16	.318	0.3610	Tidak Valid
x17	.708	0.3610	Valid
x18	.663	0.3610	Valid
x19	.476	0.3610	Valid
x20	.433	0.3610	Valid
x21	.279	0.3610	Tidak Valid
x22	.524	0.3610	Valid
x23	.505	0.3610	Valid
x24	.486	0.3610	Valid
x25	.418	0.3610	Valid
x26	.454	0.3610	Valid
x27	.415	0.3610	Valid
x28	.384	0.3610	Valid
x29	.285	0.3610	Tidak Valid
x30	.565	0.3610	Valid
x31	.291	0.3610	Tidak Valid
x32	.399	0.3610	Valid
x33	.484	0.3610	Valid
x34	.535	0.3610	Valid
x35	.660	0.3610	Valid
x36	.433	0.3610	Valid
x37	.622	0.3610	Valid
x38	.668	0.3610	Valid
x39	.520	0.3610	Valid
x40	.536	0.3610	Valid
x41	.498	0.3610	Valid
x42	.661	0.3610	Valid
x43	.596	0.3610	Valid
x44	.489	0.3610	Valid
x45	.555	0.3610	Valid
x46	.582	0.3610	Valid
x47	.406	0.3610	Valid

Item Pertanyaan	Uji r	r Tabel	Keterangan
x48	.423	0.3610	Valid
x49	.563	0.3610	Valid
x50	.555	0.3610	Valid
x51	.658	0.3610	Valid
x52	.546	0.3610	Valid
x53	.595	0.3610	Valid
x54	.789	0.3610	Valid

Sumber: data diolah 2014

Penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% atau probabilitas sebesar 0.05, maka r tabel sebesar 0.3610 yang diperoleh dari jumlah 30 responden dikurangi 2 ($df=N-2$). Apabila pada kolom *Corrected Item Total Correlation* memiliki nilai yang dihasilkan lebih kecil ($<$) dari r tabel maka instrumen penelitian tersebut dikatakan tidak valid, namun jika nilai yang dihasilkan lebih besar ($>$) dari r tabel maka instrumen penelitian tersebut dikatakan valid. Dari 54 pernyataan terdapat 4 pernyataan yang dikatakan tidak valid. Pernyataan yang dianggap tidak valid yaitu pertanyaan nomor 16,21,29 dan 31. Pernyataan no 16 yang tidak valid adalah mengetahui persepsi wisatawan domestik tentang keindahan bentuk bangunan Sam Po Kong, item pernyataan ini tidak valid karena r hitung (0.318) $<$ r tabel (3.610). Pernyataan no 21 yang tidak valid adalah pernyataan wisatawan domestik tentang perasaan nyaman ketika berada di sekitar bangunan Gereja Blenduk, item pernyataan ini tidak valid karenat r hitung (0.279) $<$ r tabel (3.610).

Pernyataan no 29 yang tidak valid adalah pernyataan wisatawan domestik tentang harga tiket objek wisata Lawang sewu yang murah, item pernyataan ini tidak valid karenat r hitung (0.285) $<$ r tabel (3.610). Pernyataan no 31 yang tidak valid adalah pernyataan wisatawan domestik tentang harga tiket objek wisata

Masjid Agung Jawa Tengah yang murah, item pernyataan ini tidak valid karena r hitung (0.291) < r tabel (0.3610).

Instrumen yang dinyatakan tidak valid tersebut kemudian dihilangkan karena indikator masih terwakilkan oleh pernyataan yang lain. Pernyataan yang dianggap valid sebanyak 50 pernyataan kemudian diujikan kembali.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Instrumen Tahap 2

Item Pertanyaan	Uji r	r Tabel	Keterangan
x1	.597	0.3610	Valid
x2	.623	0.3610	Valid
x3	.610	0.3610	Valid
x4	.751	0.3610	Valid
x5	.655	0.3610	Valid
x6	.606	0.3610	Valid
x7	.658	0.3610	Valid
x8	.716	0.3610	Valid
x9	.676	0.3610	Valid
x10	.593	0.3610	Valid
x11	.584	0.3610	Valid
x12	.810	0.3610	Valid
x13	.590	0.3610	Valid
x14	.451	0.3610	Valid
x15	.472	0.3610	Valid
x16	.697	0.3610	Valid
x17	.662	0.3610	Valid
x18	.436	0.3610	Valid
x19	.387	0.3610	Valid
x20	.507	0.3610	Valid
x21	.491	0.3610	Valid
x22	.475	0.3610	Valid
x23	.401	0.3610	Valid
x24	.455	0.3610	Valid
x25	.394	0.3610	Valid
x26	.399	0.3610	Valid
x27	.544	0.3610	Valid
x28	.386	0.3610	Valid
x29	.467	0.3610	Valid
x30	.521	0.3610	Valid
x31	.662	0.3610	Valid
x32	.456	0.3610	Valid
x33	.637	0.3610	Valid

Item Pertanyaan	Uji r	r Tabel	Keterangan
x34	.663	0.3610	Valid
x35	.510	0.3610	Valid
x36	.565	0.3610	Valid
x37	.516	0.3610	Valid
x38	.671	0.3610	Valid
x39	.607	0.3610	Valid
x40	.479	0.3610	Valid
x41	.538	0.3610	Valid
x42	.585	0.3610	Valid
x43	.403	0.3610	Valid
x44	.441	0.3610	Valid
x45	.585	0.3610	Valid
x46	.559	0.3610	Valid
x47	.672	0.3610	Valid
x48	.534	0.3610	Valid
x49	.610	0.3610	Valid
x50	.800	0.3610	Valid

Sumber :data diolah 2014

3.1.3 Reliabilitas Instrumen Penelitian

Reliabilitas dikatakan sebagai konsistensi hasil pengukuran hal yang sama jika dilakukan dalam konteks waktu yang berbeda. Menurut pandangan beberapa ahli yang dimaksud reliabilitas adalah:

Reliabilitas merupakan tingkat konsistensi antara dua pengukuran terhadap hal yang sama (Mehrens dan Lehman.1987). Reliabilitas merupakan pengukuran stabilitas, ketergantungan, dan kepercayaan serta konsistensi suatu tes dalam mengukur hal yang sama di waktu berbeda (Wothan.1993).

Beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa reliabilitas menunjukkan adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil pengukuran tertentu di setiap kali pengukuran itu dilakukan pada hal yang sama. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya (Jonathan,2012:85). Dengan analisis reliabilitas peneliti dapat mengetahui bagaimana butir-butir pernyataan dalam kuesioner saling berhubungan, mendapatkan nilai *alpha*

cronbach yang merupakan indeks *internal consistency* dari skala pengukuran secara keseluruhan, dan dapat mengidentifikasi butir-butir pernyataan dalam kuesioner yang bermasalah atau harus dihilangkan. *Alpha cronbach* digunakan dalam penelitian ini karena merupakan model *internal consistency score* berdasarkan korelasi purata antara butir-butir yang ekuivalen (Stanislaus, 2009:273).

3.1.4 Proses Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan SPSS 19. Data yang digunakan sebagai uji reliabilitas instrumen berasal dari 30 wisatawan diambil secara acak yang telah mengunjungi semua objek wisata di Kota Semarang. Sedangkan jumlah pernyataan sebanyak 50 dikarenakan 4 pernyataan dinyatakan tidak valid dari sembilan variabel yaitu persepsi wisatawan domestik tentang keunikan Kota Semarang (X1), persepsi wisatawan domestik tentang kuliner Kota Semarang (X2), persepsi wisatawan domestik tentang *heritage* Kota Semarang (X3), persepsi wisatawan domestik tentang murah di Kota Semarang (X4), persepsi wisatawan domestik tentang keramahan penduduk Kota Semarang (X5), persepsi wisatawan domestik tentang kalangan muda Kota Semarang (X6), persepsi wisatawan domestik tentang keragaman budaya Kota Semarang (X7), motivasi wisatawan domestik (Z), minat wisatawan domestik berkunjung kembali ke Kota Semarang (Y).

Uji reliabilitas dilakukan bersamaan dengan uji validitas, caranya dengan mengklik menu *analyse, scale, reliability analysis* dengan menggunakan model

alpha. Pada bagian statistik pilih item, scale, scale if item deleted dan ok. *Alpha cronbach* yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai minimal nilai 0.70. Jika nilai keseluruhan pengukuran diatas 0.70 maka dapat dikatakan penelitian ini mempunyai reliabilitas yang baik (Stanislaus, 2009:282).

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	50

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* adalah 0.960. Sedangkan instrumen dinyatakan reliabel apabila *cronbach's alpha* yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai minimal nilai 0.70. Artinya seluruh pernyataan memiliki reliabel sebesar 96%. Reliabel tiap item pernyataan bisa dilihat pada tabel 3.3 pada kolom *cronbach's alpha if item deleted*.

Tabel 3.4
Reliabilitas Variabel

Item Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	Keterangan
x1	.959	Reliabel
x2	.959	Reliabel
x3	.959	Reliabel

Item Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	Keterangan
x4	.958	Reliabel
x5	.959	Reliabel
x6	.959	Reliabel
x7	.959	Reliabel
x8	.958	Reliabel
x9	.959	Reliabel
x10	.959	Reliabel
x11	.959	Reliabel
x12	.958	Reliabel
x13	.959	Reliabel
x14	.960	Reliabel
x15	.960	Reliabel
x16	.958	Reliabel
x17	.959	Reliabel
x18	.960	Reliabel
x19	.960	Reliabel
x20	.959	Reliabel
x21	.959	Reliabel
x22	.959	Reliabel
x23	.960	Reliabel
x24	.960	Reliabel
x25	.960	Reliabel
x26	.960	Reliabel
x27	.959	Reliabel
x28	.960	Reliabel
x29	.960	Reliabel
x30	.959	Reliabel
x31	.959	Reliabel
x32	.960	Reliabel
x33	.959	Reliabel
x34	.959	Reliabel
x35	.959	Reliabel
x36	.959	Reliabel
x37	.959	Reliabel
x38	.959	Reliabel
x39	.959	Reliabel
x40	.959	Reliabel
x41	.959	Reliabel
x42	.959	Reliabel
x43	.960	Reliabel
x44	.960	Reliabel
x45	.959	Reliabel

x46	.959	Reliabel
x47	.959	Reliabel
x48	.959	Reliabel
x49	.959	Reliabel
x50	.958	Reliabel

Sumber : data diolah 2014

3.2 Analisis Deskriptif Pada Instrumen Penelitian

Penelitian persepsi wisatawan domestik tentang unsur-unsur pembentuk *city branding* Kota Semarang terhadap minat berkunjung kembali ke Kota Semarang dilakukan pada wisatawan domestik yang telah berkunjung ke berbagai objek wisata di Kota Semarang. Sampel diambil menggunakan model *accidental sampling* sebanyak 100 responden. Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data menggunakan kuesioner tertutup. Sedangkan skala yang digunakan adalah skala *likert* dengan rentang antara 1 (satu) sampai 10 (sepuluh) dengan pernyataan sebanyak 50 pernyataan yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Angka 1 (satu) pada kuesioner tersebut menunjukkan sangat tidak setuju terhadap pernyataan, sedangkan angka 10 (sepuluh) menunjukkan sangat setuju terhadap pernyataan. Adapun bagiannya sebagai berikut:

- | | |
|--------------------------|------------------------------|
| 10. Sangat setuju sekali | 5. Agak Sedikit tidak setuju |
| 9. Sangat setuju | 4. Agak tidak setuju |
| 8. Setuju | 3. Tidak setuju |
| 7. Agak setuju | 2. Sangat tidak setuju |
| 6. Agak sedikit setuju | 1. Sama sekali tidak setuju |

Persepsi wisatawan domestik tentang keunikan Kota Semarang (X1) merupakan pernyataan nomor 1 sampai dengan 9. Persepsi wisatawan domestik

tentang kuliner Kota Semarang (X2) merupakan instrumen nomor 10 sampai dengan 15. Persepsi wisatawan domestik tentang *heritage* Kota Semarang (X3) merupakan instrumen nomor 16 sampai dengan 25. Persepsi domestik wisatawan tentang serba murah di Kota Semarang (X4) merupakan instrumen nomor 26 sampai dengan 32. Persepsi wisatawan domestik tentang keramahan penduduk Kota Semarang (X5) merupakan instrumen nomor 33 sampai dengan 34. Persepsi wisatawan domestik tentang *kalangan muda* Kota Semarang (X6) merupakan instrumen nomor 35 sampai dengan 36. Persepsi wisatawan domestik tentang keragaman budaya Kota Semarang (X7) merupakan instrumen nomor 37 sampai dengan 38. Motivasi (Z) merupakan instrumen nomor 39 sampai dengan 44. Minat (Y) merupakan instrumen nomor 45 sampai dengan 50.

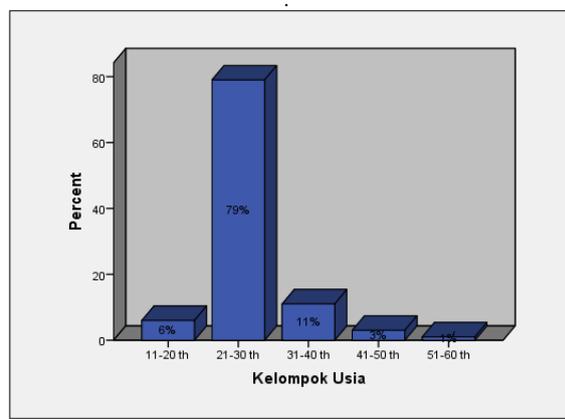
3.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu semua wisatawan domestik yang telah mengunjungi objek wisata di Kota Semarang, usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, info awal mengetahui objek wisata di Kota Semarang, tipe destinasi yang mereka ketahui tentang Kota Semarang. Penelitian ini dilakukan pada Januari-Februari 2014, dengan sampel sebanyak 100 responden.

3.2.1.1. Usia

Karakteristik pada penelitian ini dilihat dari usia responden yang telah melakukan wisata di Kota Semarang, mayoritas usia yang melakukan wisata Kota Semarang antara umur 21-31 th.

Gambar 3.1
Kelompok Usia

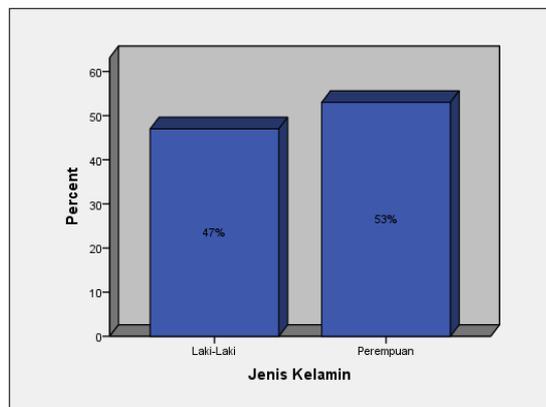


Wisatawan domestik yang telah melakukan kunjungan ke berbagai objek wisata Kota Semarang mayoritas 21-30 th sebanyak 79%, wisatawan domestik yang melakukan kunjungan wisata ke Kota Semarang dengan usia 31-40 th sebanyak 11%, wisatawan domestik yang melakukan kunjungan wisata ke Kota Semarang dengan usia 11-20 th sebanyak 6%, wisatawan domestik yang melakukan kunjungan wisata ke Kota Semarang dengan usia 41-50 th sebanyak 3%, sedangkan wisatawan domestik yang melakukan kunjungan wisata ke Kota Semarang dengan usia 51-60th sebanyak 1%.

3.2.1.2. Jenis Kelamin

Wisatawan domestik yang telah melakukan kunjungan ke berbagai objek wisata di Kota Semarang, sebagian besar berjenis kelamin perempuan, hal ini dapat dilihat dari gambar 3.2.

Gambar 3.2
Jenis Kelamin

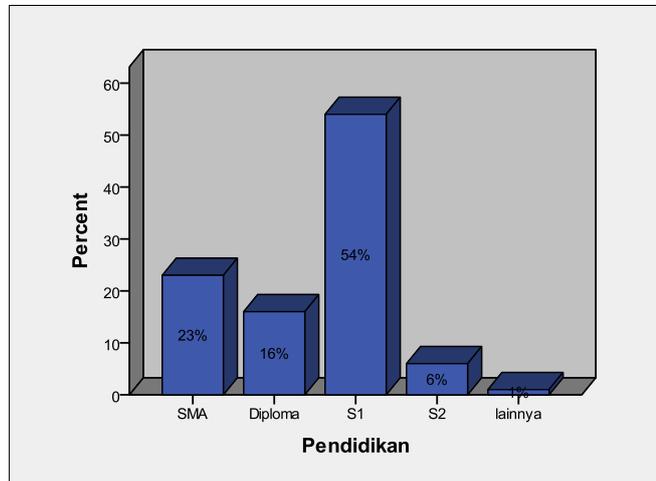


Pada gambar 3.2 dapat dilihat mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebanyak 53% yang suka melakukan perjalanan wisata ke Kota Semarang, dibanding laki-laki dengan persentase sebanyak 47%.

3.2.1.3. Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu identitas responden yang harus diisi dalam penelitian ini. Wisatawan domestik yang telah melakukan kunjungan ke berbagai objek wisata di Kota Semarang, mayoritas berpendidikan S1. Gambar 3.3 menunjukkan diagram persentase kunjungan berdasarkan tingkat pendidikan.

Gambar 3.3
Pendidikan

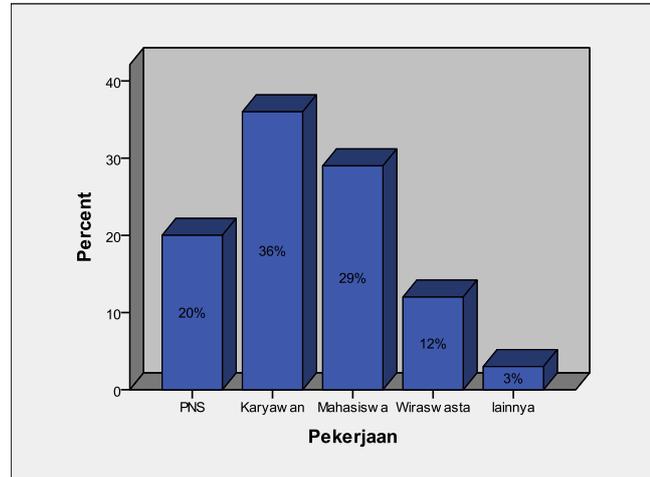


Pada gambar 3.3 identitas responden yang melakukan wisata di Kota Semarang mayoritas berpendidikan terakhir S1 dengan persentase sebanyak 54%, kemudian 23% berpendidikan terakhir SMA, 16% berpendidikan terakhir diploma, 6% berpendidikan terakhir S2. Sedangkan selain berpendidikan terakhir SMA, diploma, S1, S2, diploma sebanyak 1 %.

3.2.1.4. Pekerjaan

Identitas responden dalam penelitian ini salah satunya adalah pekerjaan. Pekerjaan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi PNS, karyawan, mahasiswa, wiraswasta atau lainnya. Diagram 3.4 menjelaskan persentase pekerjaan yang dilakukan wisatawan domestik ketika mengunjungi wisata Kota Semarang.

Gambar 3.4
Pekerjaan

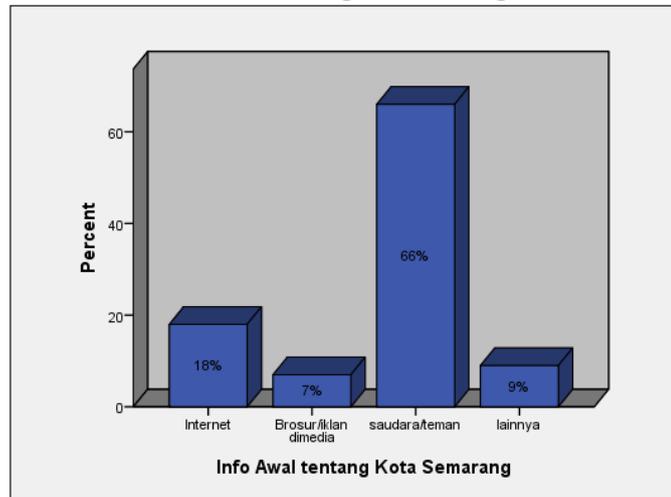


Berdasarkan gambar 3.4, wisatawan domestik yang telah mengunjungi berbagai objek wisata di Kota Semarang paling banyak bekerja sebagai seorang karyawan dengan persentase sebanyak 36%, mahasiswa yang melakukan wisata di Kota Semarang sebanyak 29%, PNS sebanyak 20%, wiraswasta sebanyak 12%, dan lainnya sebanyak 3%.

3.2.1.5 Info Awal Tentang Wisata Kota Semarang

Wisatawan domestik yang telah berkunjung Ke Kota Semarang mengetahui info awal seputar objek wisata Kota Semarang mayoritas responden menjawab dari saudara atau teman.

Gambar 3.5
Info Awal Tentang Kota Semarang



Gambar 3.5 menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan domestik mengetahui info objek wisata Kota Semarang dari saudara atau temannya sebelum mengunjungi Kota Semarang, hal ini ditunjukkan dengan jumlah persentase terbanyak sebesar 66%. Informasi awal wisatawan terhadap objek wisata Kota Semarang melalui internet hanya 18%, melalui brosur atau iklan dimedia hanya 7%. Sedangkan informasi wisatawan melalui sumber informasi lainnya hanya 9%. Hal ini menunjukkan bahwa info yang diberikan tentang objek wisata Kota Semarang melalui saudara atau teman berpengaruh besar terhadap wisatawan domestik yang ingin mengunjungi Kota Semarang.

3.2.1.6 Tipe Destinasi Kota Semarang

Tipe objek wisata Kota Semarang di dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga yaitu:

1. Tipe *seaside resort* (kawasan pantai)

Kota Semarang memiliki pantai, yaitu marina dan maron.

2. Tipe *town and city* (kota), adanya aktivitas yang ditandai oleh meningkatnya minat terhadap budaya, begitu juga dengan minat terhadap arsitektur bersejarah serta untuk ekspedisi belanja di suatu kota. Bentuk wisata ini berupa mengunjungi sebuah kota yang memiliki keunikan dan nilai historis bagi wisatawan. Lawang Sewu, Gereja Blenduk, Sam Po Kong, Kota Lama, Masjid Agung Jawa Tengah, wisata kuliner di Semawis, dan bagaimana masyarakat di Kota Semarang.

3. Tipe *countryside* (alam pedesaan)

Menawarkan suatu atraksi di alam pedesaan yang luas bagi wisatawan. Keindahan dan ketenangan dari alam pedesaan yang merupakan atraksi utama.

Diantara tiga tipe tersebut, ternyata dari hasil survey, wisatawan domestik yang datang ke Kota Semarang lebih menyebutkan bahwa wisata di Kota Semarang masuk dalam tipe ke dua (2), yaitu tipe *town and city* (kota).

Gambar 3.6
Tipe Destinasi Kota Semarang



Pada gambar 3.6 sebanyak 100 responden menjawab bahwa Kota Semarang mempunyai tipe objek wisata kota, hal ini juga di tunjukkan dengan jumlah persentase sebanyak 100%. Responden lebih mengenal pesona wisata yang ada di Kota Semarang adalah wisata *town and city* (kota) seperti Lawang Sewu, Gereja Blenduk, Sampokong, Kota Lama, Masjid Agung Jawa Tengah, menilai komunitas kalangan muda Kota Semarang, keramahan penduduk Kota Semarang maupun tentang wisata kuliner di Semawis. Kota Semarang kurang begitu dikenal wisatawan domestik tentang wisata pantai seperti pantai marina maupun maron ataupun kawasan pedesaan.

3.2.2 Analisis Tabel Distribusi Frekuensi Terhadap Beberapa Indikator

Pada sub bab ini akan membahas hubungan persepsi wisatawan domestik tentang unsur-unsur pembentuk *city branding* Kota Semarang terhadap beberapa indikator yang ada dalam pernyataan penelitian. Dalam penelitian ini respon responden harus sesuai dengan instruksi yang diberikan peneliti yaitu responden

sudah mengunjungi semua objek wisata yang ada di Kota Semarang, sehingga untuk menjawab pernyataan peneliti, responden akan menjawab dengan sebaik-baiknya. Penyebaran kuesioner dengan cara mengunjungi setiap objek wisata di Kota Semarang, melalui *e-mail*, termasuk menyebarkan pernyataan penelitian di tempat makan, seperti di tempat jual nasi kucing dan kuliner Semawis. Berikut statistik deskriptif dari masing – masing indikator yang digunakan :

3.2.2.1 Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Keunikan Kota Semarang

Keunikan Kota Semarang dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 9 pernyataan. Deskripsi jawaban responden diperoleh ditabel 3.5.

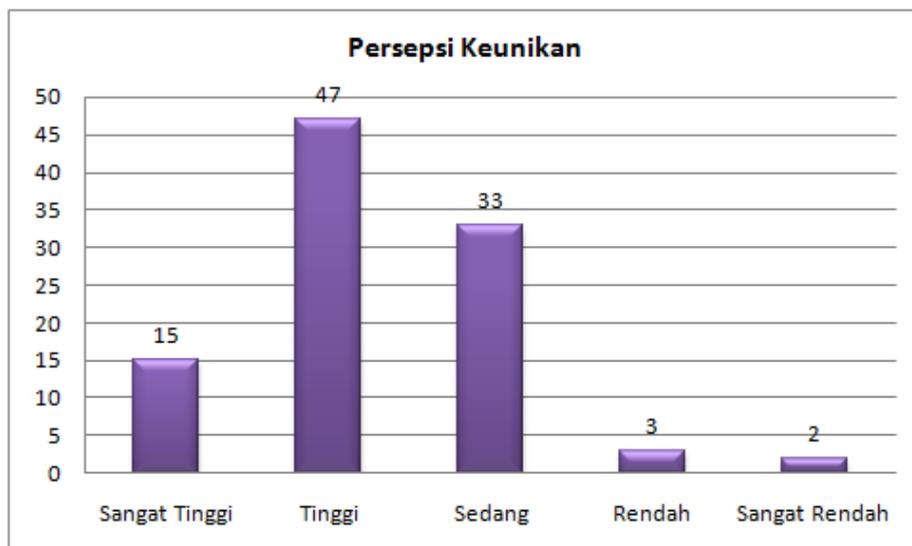
Tabel 3.5
Persepsi wisatawan domestik tentang keunikan Kota Semarang

No	Skor										Indeks
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
1	11	21	21	23	7	7	4	1	3	2	7.32
2	13	16	29	17	9	5	4	6	0	1	7.39
3	11	10	18	25	12	10	7	3	2	2	6.84
4	8	7	32	18	14	6	5	5	3	2	6.82
5	13	17	20	17	11	7	7	5	1	2	7.10
6	12	10	23	14	15	11	7	1	3	4	6.78
7	11	18	8	15	22	13	6	1	4	2	6.75
8	10	6	12	9	24	18	9	7	1	4	6.10
9	3	3	2	7	18	17	14	18	6	12	4.49
Rata-rata											6.62

Hasil jawaban dalam tabel 3.5 menunjukkan bahwa pernyataan tertinggi pada no 4 sebanyak 32 responden menyatakan setuju bahwa menu yang disajikan di Semawis unik. Responden menyukai berbagai makanan yang disajikan di tempat wisata kuliner Semawis. Sedangkan sebanyak 18 responden menyatakan agak sedikit setuju dan 18 responden lainnya menyatakan tidak setuju pada pertanyaan no 9 yang menyatakan transportasi yang ada di Kota Semarang memiliki keunikan berbeda dari transportasi di kota lain, hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kota Semarang menilai transportasi di Kota Semarang tidak menunjukkan perbedaan dari transportasi yang ada di kota lain. Total indeks rata-rata ke- 9 pengukur adalah 6.62. Proporsi jumlah responden mengenai persepsi mereka mengenai keunikan Kota Semarang diperoleh sebagai berikut :

Gambar 3.7

Persepsi wisatawan domestik tentang keunikan Kota Semarang



Hasil rata-rata skor dari ke-9 pengukur menunjukkan bahwa 47% pesepsi responden mengenai keunikan Kota Semarang rata-rata berada pada kategori tinggi.

3.2.2.2 Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Kuliner Kota Semarang

Kuliner dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 6 pernyataan. Deskripsi jawaban responden diperoleh sebagai berikut:

Tabel 3.6

Persepsi wisatawan domestik tentang kuliner Kota Semarang

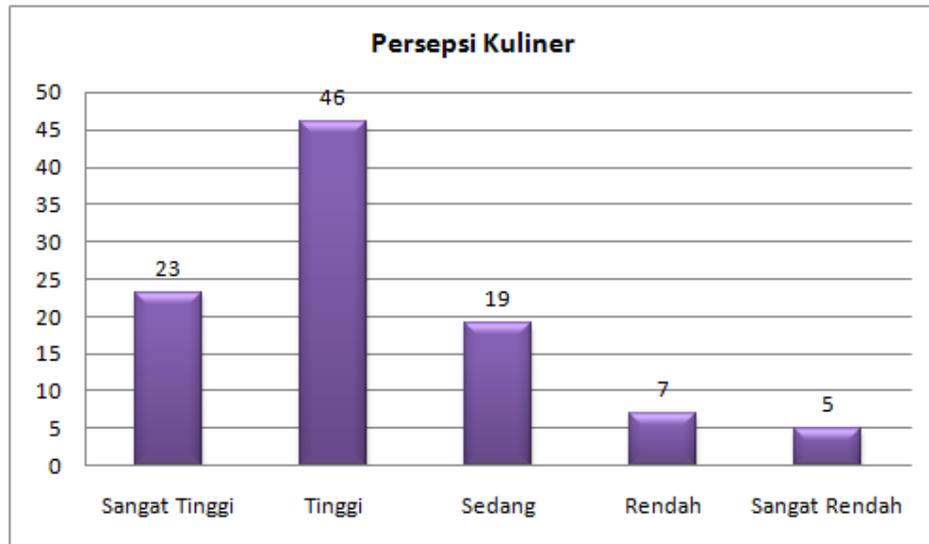
No	Skor										Indeks
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
10	14	14	22	19	9	9	1	3	3	6	6.99
11	17	21	10	15	8	14	3	4	3	5	6.97
12	10	19	22	11	13	11	3	7	2	2	6.96
13	8	14	28	21	9	7	5	2	5	1	7.03
14	12	10	21	23	10	9	5	4	4	2	6.86
15	19	15	22	12	6	11	6	6	3	0	7.24
Rata-rata											7.01

Hasil jawaban dalam tabel 3.6 menunjukkan bahwa pernyataan tertinggi pada no 13 sebanyak 28 responden menyatakan setuju bahwa menu sate yang ditawarkan di jalan Gajah Mada beraneka macam. Enam pernyataan yang diajukan dalam variabel ini menunjukkan nilai rata-rata 7,01.

Proporsi jumlah responden mengenai persepsi mereka mengenai kuliner di kota Semarang diperoleh sebagai berikut :

Gambar 3.8

Persepsi wisatawan domestik tentang kuliner Kota Semarang



Hasil rata-rata skor dari ke-6 pengukur menunjukkan bahwa 46% persepsi responden mengenai kuliner Kota Semarang rata-rata berada pada kategori tinggi.

3.2.2.3 Persepsi Wisatawan Domestik Tentang *Heritage* Kota Semarang

Heritage dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 10 pernyataan.

Deskripsi jawaban responden diperoleh sebagai berikut:

Tabel 3.7

Persepsi wisatawan domestik tentang *heritage* Kota Semarang

No	Skor										Indeks
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
16	16	18	23	10	18	9	3	3	0	0	7.50

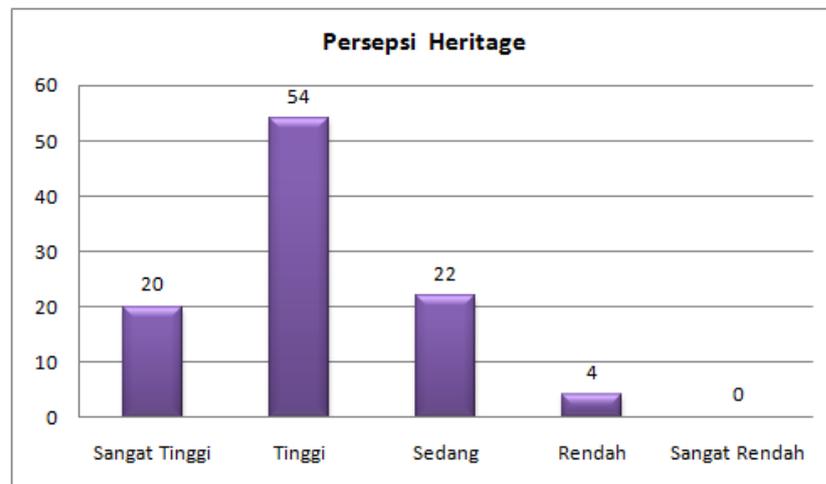
No	Skor										Indeks
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
17	6	10	14	18	18	14	9	5	2	4	6.25
18	11	16	28	16	10	12	2	2	0	3	7.27
19	8	5	21	12	14	19	6	5	2	8	6.07
20	27	23	26	11	9	3	0	1	0	0	8.34
21	26	23	17	21	7	5	0	1	0	0	8.20
22	22	18	25	18	8	8	1	0	0	0	8.00
23	22	18	29	13	10	5	0	3	0	0	7.99
24	4	7	11	24	19	14	5	6	4	6	5.95
25	9	6	8	24	14	18	5	4	6	6	6.00
Rata-rata											7.16

Hasil jawaban dalam tabel 3.7 menunjukkan bahwa pernyataan tertinggi pada no 23 sebanyak 29 responden menyatakan setuju bahwa bentuk bangunan Lawang Sewu itu bagus. Sepuluh pernyataan yang diajukan dalam variabel ini menunjukkan nilai rata-rata 7,16.

Proporsi jumlah responden mengenai persepsi mereka mengenai *heritage* Kota Semarang diperoleh sebagai berikut :

Gambar 3.9

Persepsi wisatawan domestik tentang *heritage* Kota Semarang



Hasil rata-rata skor dari ke-10 pengukur menunjukkan bahwa 54% persepsi responden mengenai *heritage* Kota Semarang rata-rata berada pada kategori tinggi.

3.2.2.4 Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Murah di Kota Semarang.

Persepsi wisatawan tentang serba murah di Kota Semarang diukur dengan menggunakan 7 pernyataan.

Deskripsi jawaban responden diperoleh sebagai berikut :

Tabel 3.8
Persepsi wisatawan domestik tentang serba murah di Kota Semarang

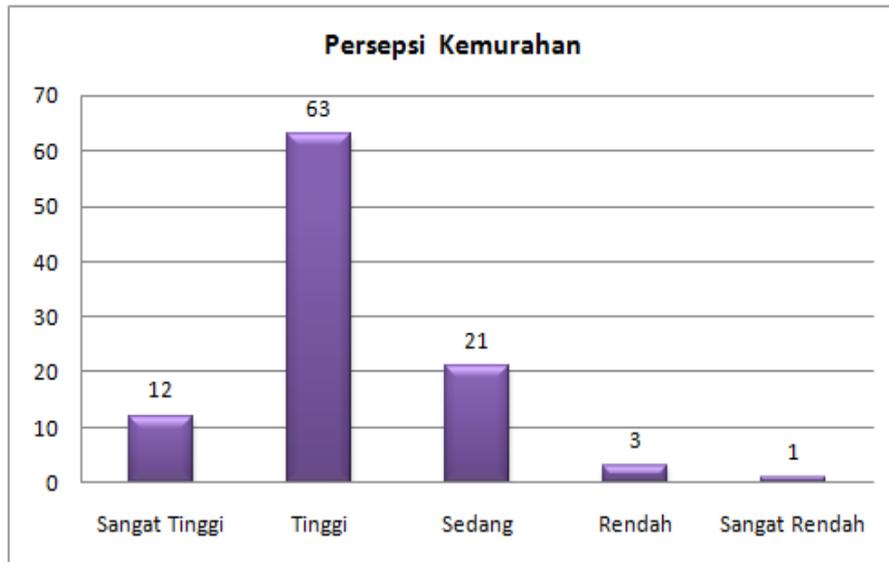
No	Skor										Indeks
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
26	8	7	22	19	19	15	4	2	2	2	6.69
27	10	6	25	23	12	15	5	0	3	1	6.89
28	13	13	21	20	12	12	4	1	2	2	7.12
29	9	15	22	23	10	11	4	5	0	1	7.09
30	11	14	28	21	11	9	2	1	1	2	7.33
31	7	5	14	14	26	9	5	7	4	9	5.84
32	28	20	21	11	6	10	3	0	1	0	8.05
Rata-rata											7.00

Hasil jawaban dalam tabel 3.8 menunjukkan bahwa pernyataan tertinggi terdapat pada 2 nomor yaitu nomor 30 dan nomor 32 sebanyak 28 responden menyatakan setuju. Pernyataan nomor 30 responden setuju menyatakan harga makanan khas Semarang pisang planet murah dan nomor 32 responden setuju menyatakan harga makanan khas Semarang nasi kucing murah. Tujuh pernyataan yang diajukan dalam variabel ini menunjukkan nilai rata-rata 7,00.

Proporsi jumlah responden mengenai persepsi wisatawan tentang serba murah di kota Semarang diperoleh sebagai berikut :

Gambar 3.10

Persepsi wisatawan domestik tentang serba murah di kota Semarang



Hasil rata-rata skor dari ke-7 pengukur menunjukkan bahwa 63% persepsi responden mengenai serba murah di Kota Semarang rata-rata berada pada kategori tinggi.

3.2.2.5 Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Keramahan Penduduk Kota Semarang

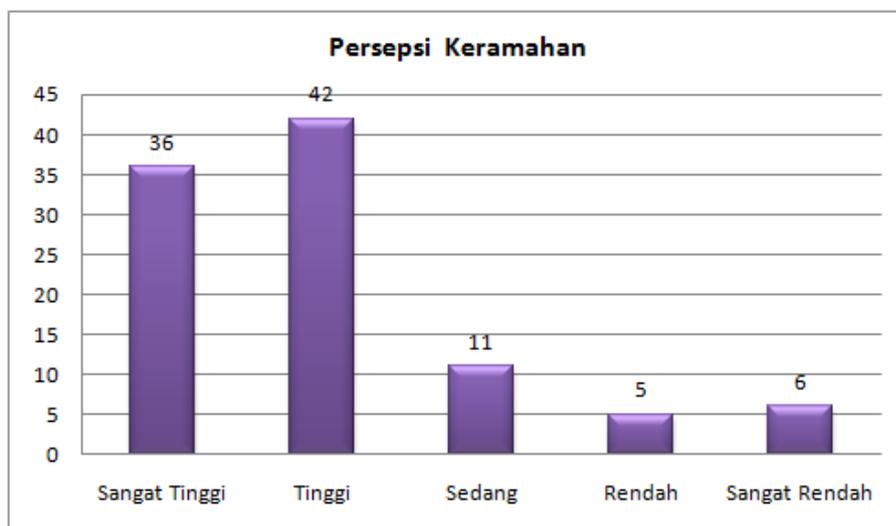
Keramahan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 2 pernyataan.

Tabel 3.9
Persepsi wisatawan domestik tentang keramahan penduduk Kota Semarang

No	Skor										Indeks
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
33	13	18	25	17	10	6	2	4	3	2	7.29
34	14	14	26	20	10	7	2	3	3	1	7.33
Rata-rata											7.31

Hasil jawaban dalam tabel 3.9 menunjukkan bahwa pernyataan tertinggi terdapat pada nomor 34 sebanyak 26 responden menyatakan setuju bahwa komunitas yang ada di Semarang membuka kesempatan orang lain untuk bergabung didalamnya. Dua pernyataan yang diajukan dalam variabel ini menunjukkan nilai rata-rata 7.31. Proporsi jumlah responden mengenai persepsi wisatawan keramahan kota Semarang diperoleh sebagai berikut :

Gambar 3.11
Persepsi wisatawan domestik tentang keramahan penduduk Kota Semarang



Hasil rata-rata skor dari ke-2 pengukur menunjukkan bahwa 42% persepsi responden mengenai keramahan penduduk di Kota Semarang rata-rata berada pada kategori tinggi.

3.2.2.6 Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Kalangan Muda Kota Semarang

Kalangan muda dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 2 pertanyaan. Deskripsi jawaban responden diperoleh sebagai berikut :

Tabel 3.10
Persepsi wisatawan domestik tentang kalangan muda Kota Semarang

No	Skor										Indeks
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
35	9	8	28	23	11	10	5	2	1	3	6.94

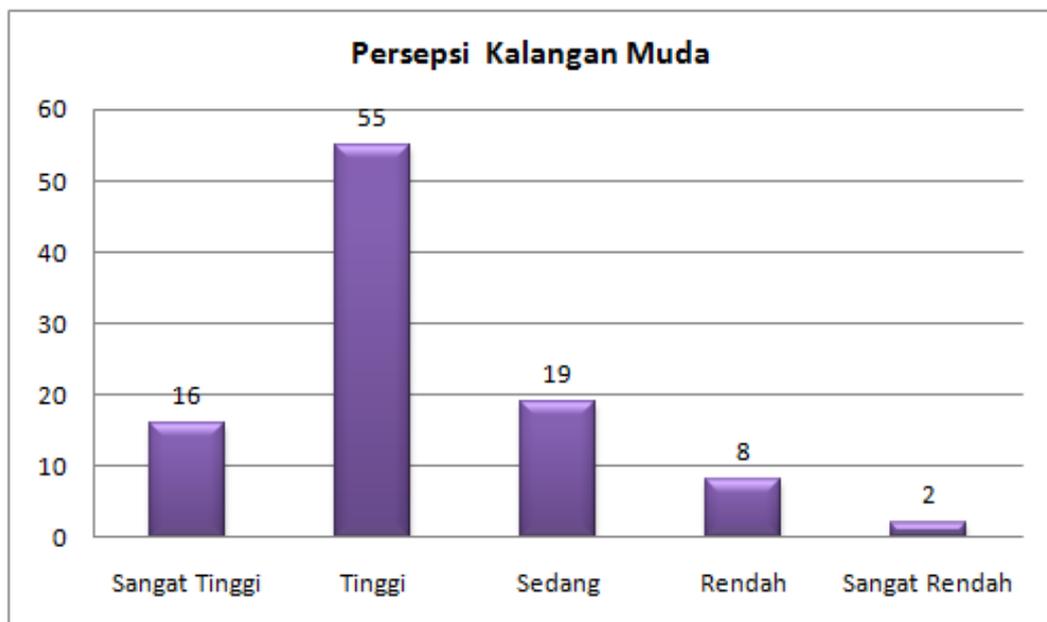
No	Skor										Indeks
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
36	8	7	24	27	14	9	6	2	0	3	6.86
Rata-rata											6.90

Hasil jawaban dalam tabel 3.10 menunjukkan bahwa pernyataan tertinggi terdapat pada nomor 35 sebanyak 28 responden menyatakan setuju bahwa komunitas yang ada di Kota Semarang banyak diperankan oleh kalangan muda. Dua pernyataan yang diajukan dalam variabel ini menunjukkan nilai rata-rata 6.90.

Proporsi jumlah responden mengenai persepsi mereka mengenai kalangan muda kota Semarang diperoleh sebagai berikut :

Gambar 3.12

Persepsi wisatawan domestik tentang kalangan muda kota Semarang



Hasil rata-rata skor dari ke-2 pengukur menunjukkan bahwa 55% persepsi responden mengenai kalangan muda di Kota Semarang rata-rata berada pada kategori tinggi.

3.2.2.7 Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Keragaman Budaya Kota Semarang

Keragaman budaya dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 2 pernyataan.

Deskripsi jawaban responden diperoleh sebagai berikut:

Tabel 3.11

Persepsi wisatawan domestik tentang keragaman budaya Kota Semarang

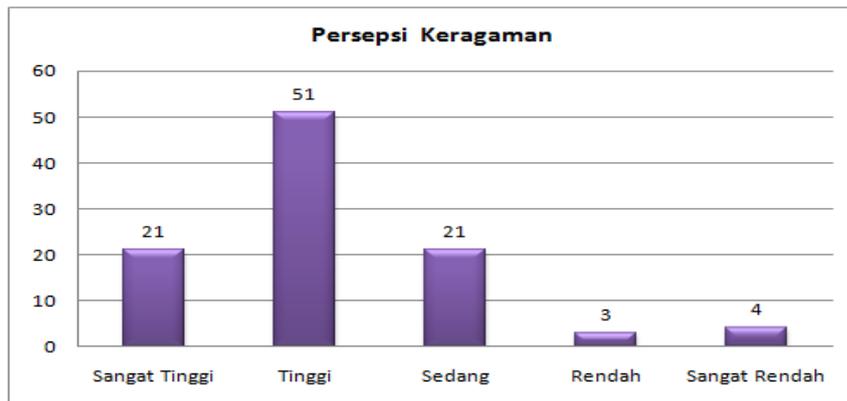
No	Skor										Indeks
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
37	6	12	22	21	16	10	5	7	0	1	6.79
38	17	7	28	20	17	3	2	2	2	2	7.34
Rata-rata											7.07

Hasil jawaban dalam tabel 3.11 menunjukkan bahwa pernyataan tertinggi terdapat pada nomor 38 sebanyak 28 responden menyatakan setuju bahwa responden senang melihat berbagai macam budaya yang diadakan di Kota Semarang. Dua pernyataan yang diajukan dalam variabel ini menunjukkan nilai rata-rata 7,07.

Proporsi jumlah responden mengenai persepsi mereka mengenai keragaman kota Semarang diperoleh sebagai berikut :

Gambar 3.13

Persepsi wisatawan domestik tentang keragaman budaya Kota Semarang



Hasil rata-rata skor dari ke-2 pengukur menunjukkan bahwa 51% persepsi responden mengenai keragaman budaya di Kota Semarang rata-rata berada pada kategori tinggi.

3.2.2.8 Motivasi

Motivasi dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 6 pernyataan. Deskripsi jawaban responden diperoleh sebagai berikut:

Tabel 3.12

Motivasi wisatawan domestik berkunjung kembali ke Kota Semarang

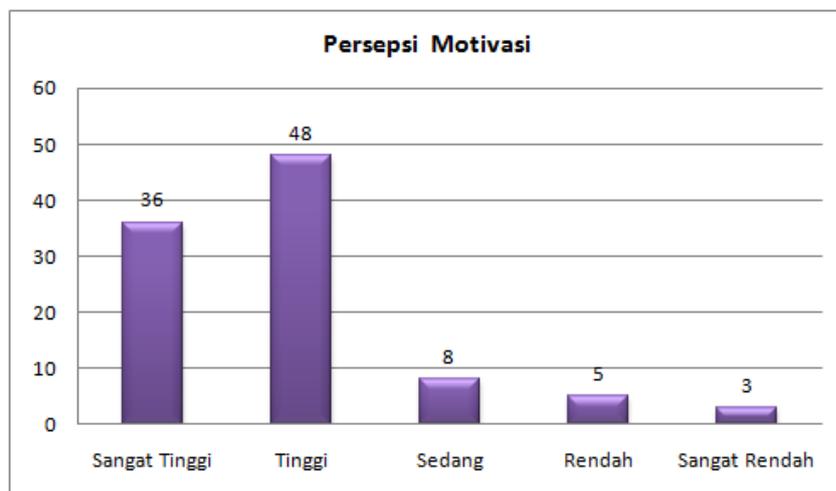
No	Skor										Indeks
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
39	12	9	26	19	13	12	0	3	3	3	6.98
40	29	13	33	9	7	1	3	3	0	2	8.04

No	Skor										Indeks
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
41	25	23	23	15	3	3	1	3	3	1	7.99
42	9	9	21	24	13	11	1	7	3	2	6.73
43	29	21	24	12	6	0	4	3	1	0	8.18
44	14	15	24	15	13	7	2	5	2	3	7.15
Rata-rata											7.51

Hasil jawaban dalam tabel 3.12 menunjukkan bahwa pernyataan tertinggi terdapat pada 2 nomor, yaitu nomor 40 dan nomor 43 sebanyak 29 responden menyatakan sangat setuju sekali bahwa responden memiliki motivasi untuk mengunjungi Kota Semarang. Enam pernyataan yang diajukan dalam variabel ini menunjukkan nilai rata-rata 7, 51.

Gambar 3.14

Motivasi wisatawan domestik berkunjung kembali ke Kota Semarang



Hasil rata-rata skor dari ke-6 pengukur menunjukkan bahwa 48% responden memiliki motivasi berkunjung ke Kota Semarang rata-rata berada pada kategori tinggi.

3.2.2.9 Minat

Minat dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 6 pernyataan. Deskripsi jawaban responden diperoleh sebagai berikut:

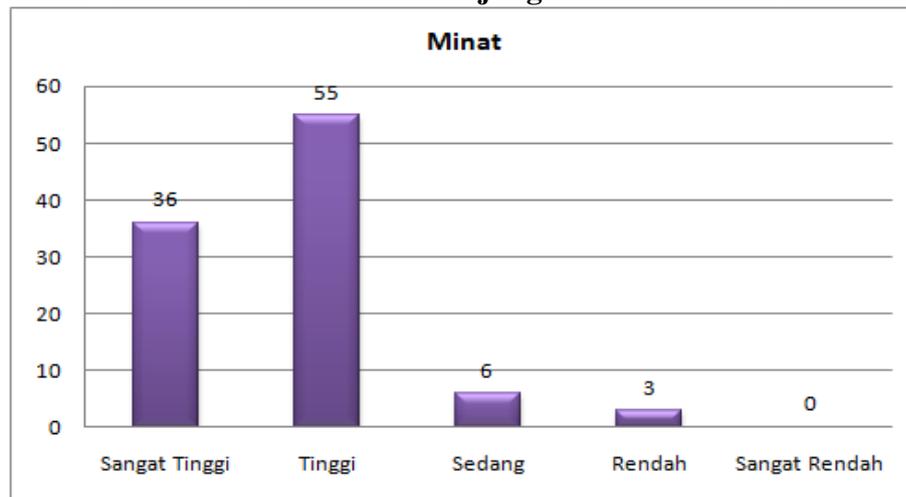
Tabel 3.13
Minat wisatawan domestik berkunjung kembali ke Kota Semarang

No	Skor										Indeks
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
45	11	23	33	16	8	7	1	0	1	0	7.82
46	24	25	24	16	5	3	1	1	1	0	8.23
47	10	22	28	20	8	9	1	2	0	0	7.65
48	7	14	21	21	15	14	3	4	1	0	6.97
49	14	22	29	15	9	6	3	1	0	1	7.75
50	32	29	21	12	3	3	0	0	0	0	8.66
Rata-rata											7.85

Hasil jawaban dalam tabel 3.13 menunjukkan bahwa pernyataan tertinggi terdapat pada nomor 45 sebanyak 33 responden menyatakan setuju bahwa ketika mengunjungi objek wisata Kota Semarang responden merasa senang. Sedangkan pada pernyataan koesioner no 50 sebanyak 32 responden menyatakan merasa tertarik mengunjungi kembali ke Kota Semarang. Enam pernyataan yang diajukan

dalam variabel ini menunjukkan nilai rata-rata 7.85. Proporsi jumlah responden mengenai persepsi wisatawan mengenai minat berkunjung kembali ke Kota Semarang diperoleh sebagai berikut :

Gambar 3.15
Minat wisatawan domestik berkunjung kembali ke Kota Semarang



Hasil rata-rata skor dari ke-6 pengukur dalam gambar 3.15 menunjukkan bahwa 55% responden memiliki minat berkunjung kembali ke Kota Semarang rata-rata berada pada kategori tinggi.