

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam setiap penelitian yang akan dilakukan, peneliti harus menentukan jenis dan metode penelitian. Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2015).

Metode penelitian yang peneliti akan gunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif menggunakan statistik inferensial. Penelitian inferensial adalah serangkaian teknik yang digunakan untuk mengkaji, menaksir dan mengambil kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh dari sampel untuk menggambarkan populasi (Sudijono, 2008). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013) . Studi yang dikembangkan dalam penelitian ini dilakukan dengan studi kepustakaan dan studi lapangan. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan 4 lokasi wisata yang menawarkan pertunjukan seni budaya di Yogyakarta. Penulis memilih tempat tersebut karena memiliki kesamaan mengenai pertunjukan budaya, memiliki jadwal pertunjukan, dan adanya *ticketing*. Penelitian melibatkan responden yang pernah berkunjung ke 4 tempat wisata di dalamnya dan disesuaikan dengan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti berdasarkan tema penelitian yang penulis kaji sesuai dengan jurnal rujukan. Lokasi yang akan di jadikan tempat penelitian, yaitu Sendratari Ramayana, Ramayana Ballet Purawisata, Museum Ullen Sentalu, dan Pertunjukan Wayang Sono Budoyo.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Wardiyanta, 2006). Dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor motivasi yang mempengaruhi wisatawan untuk menonton pertunjukan seni budaya di Yogyakarta, maka populasi yang digunakan untuk penelitian ini dibatasi, yaitu ditunjukkan kepada wisatawan mancanegara yang pernah berkunjung ke Sendratari Ramayana Prambanan, Ramayana Ballet Purawista, Museum Ullen Sentalu, Pertunjukan Wayang Sono Budoyo.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling yang digunakan untuk penelitian ini adalah teknik sampling *Non-probability* dengan metode *Purposive Sampling*. Menurut Sugiarto (2001) *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu disesuaikan dengan kriteria yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian.

Tabel 3. 1 Data Sepuluh Besar Wisatawan Mancanegara 2018

No.	Negara	Persentase
1.	Malaysia	13%
2.	Singapura	10%
3.	Jepang	10%
4.	Belanda	7%
5.	Amerika Serikat	6%
7.	China	5%
8.	Australia	4%
9.	Jerman	4%
10.	Korea Selatan	4%

Sumber: Buku Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta (2018).

Sampel pengunjung yang diambil dalam penelitiann ini berdasarkan Tabel 3.1 data statistik dari buku Statistik Kepariwisataan Yogyakarta

Tahun 2018 bahwa ada 10 besar negara yang berkunjung ke Yogyakarta setiap tahunnya. Sesuai dengan teori Roscoe (dalam Sugiyono, 2011:90), yang menyatakan bahwa sampel penelitian sosial boleh berkisar antara 30-500 orang. Pada penelitian ini akan mengambil 30 sampling di setiap destinasi dengan penyebaran kuesioner akan dilaksanakan pada 4 destinasi wisata yang akan dijadikan bahan penelitian. Sehingga sampel pengunjung yang diambil dalam penelitian ini adalah:

= 30 x 4 lokasi penelitian

= 120 sampling

Berdasarkan perhitungan di atas jumlah sampel akan mengambil 30 sampling dari setiap lokasi penelitian dengan spesifikasi wisatawan mancanegara dari 10 negara yang berdasarkan sepuluh besar negara yang berkunjung ke Yogyakarta.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu faktor atau sifat nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di terapkan oleh penulis yang selanjutnya akan di implementasikan lebih lanjut hasilnya (Sugiyono, 2015). Berikut ini diuraikan variabel operasional yang menentukan faktor dominan yang mempengaruhi motivasi wisatawan dalam melakukan wisata budaya di Yogyakarta. Faktor-faktor ini di dapat dari gabungan teori beberapa ahli tentang faktor pendorong dan penarik motivasi wisatawan untuk melakukan wisata. Untuk lebih jelasnya variabel operasional akan dijelaskan pada tabel 3.2:

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi (Aspek)	Indikator
Faktor Pendorong	Menurut Ryan dan Jackson (dalam Pitana dan Gayatri, 2005)	<i>Escape</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari (<i>Escaping from my daily routine</i>); • Keinginan untuk mengurangi stress (<i>Reduce stress</i>).
		<i>Relaxation</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Keinginan untuk menikmati pertunjukan (<i>Enjoy watching the show</i>); • Keinginan untuk merasakan kenyamanan di destinasi wisata (<i>Desire to feel comfort in tourist destinations</i>).
		<i>Play</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mencoba bermain peran (<i>Join the stage performance</i>);

			<ul style="list-style-type: none"> • Mencoba memainkan alat musik (<i>Play musical instrument in the site</i>).
		<i>Strengthening Family Bonds</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Berkunjung ke destinasi bersama keluarga (<i>Visiting the cultural performance site with family</i>); • Keinginan untuk mempererat hubungan dengan keluarga (<i>Strengthening family relationship</i>).
		<i>Prestige</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Keinginan untuk menikmati pertunjukan bergengsi di Yogyakarta (<i>Enjoy prestigious show</i>); • Keinginan untuk pengakuan diri dalam berwisata (<i>fulfil desire for self-recognition</i>).
		<i>Social Interaction</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Keinginan untuk melakukan interaksi sosial dengan masyarakat lokal (<i>Interact with local communities</i>); • Keinginan untuk bertemu orang baru (<i>Meet new people</i>).
		<i>Romance</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Suasana dapat terasa lebih <i>intimate</i> (<i>Feel intimate atmosphere</i>); • Keinginan untuk membangun pikiran dan suasana positif (<i>Build positive thoughts and environment</i>).
		<i>Educational</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kawasan memiliki atraksi dan fasilitas yang mendukung untuk wisata edukasi (<i>Looking for educational of tourism</i>); • Memiliki tujuan berkunjung untuk melakukan penelitian (<i>The purpose of this visiting is to conduct research related by destination</i>).
		<i>Self-Fulfillment</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Berkunjung untuk membuktikan rasa ingin tahu (<i>Prove curiosity</i>); • Kawasan merupakan tempat yang sudah lama ingin dikunjungi (<i>Desire to visit since long time ago</i>).
		<i>Wish-Fulfillment</i>	
		<i>Leisure time</i>	
Faktor Penarik	Menurut Weaver & Lowton (dalam Giva Pavule 2006:27) dan Medlik (dalam Ariyanto 2005)	Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Keinginan berkunjung berdasarkan fasilitas transportasi yang tersedia (<i>The location is accessible physically</i>); • Tersedianya petunjuk jalan menuju objek wisata (<i>The location has sufficient information and sign</i>).
		<i>Service</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tersedianya Pemandu wisata (<i>The availability of tour guides to explain the destination</i>); • Pelayanan fasilitas umum seperti toilet (<i>The availability of good public facilities</i>

			<i>such as toilet).</i>
		Citra / <i>image</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Citra wisata budaya yang unik dan autentik (<i>Unique and authentic cultural tourism</i>); • Keramah-tamahan masyarakat (<i>Friendliness of the local people</i>).
		Stabilitas Politik dan Keamanan	<ul style="list-style-type: none"> • Keamanan saat perjalanan menuju daya tarik wisata (<i>The location seems safe and secure</i>); • Keinginan untuk merasa aman dalam berwisata (<i>The place is safe for traveling</i>).
		Budaya	<ul style="list-style-type: none"> • Keingintahuan tentang seni pertunjukan kebudayaan Yogyakarta (<i>Yogyakarta has the art cultural performance that trigger curiosity</i>); • Mencari pengalaman lain dalam hal budaya (<i>The place giving new experience about culture</i>).
		Atraksi Wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Kesan terhadap pertunjukan kebudayaan (<i>The quality of performance</i>); • Keinginan berkunjung karena adanya atraksi kebudayaan yang berbeda (<i>The location has unique and different cultural attractions</i>).
		Harga / Tarif	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya berwisata sangat terjangkau (<i>The travel cost is affordable</i>); • Keinginan berkunjung berdasarkan harga (<i>The ticket price is worth it</i>).

Sumber: Hasil olahan Penulis (2019)

3.5 Proses Pengembangan Instrumen Penelitian

3.5.1 Pengukuran

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data-data untuk penelitian dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yaitu daftar pertanyaan yang akan diajukan pada responden untuk diisi sendiri oleh responden. Sedangkan skala pengukuran yang akan dipakai adalah skala Likert yang merupakan alat untuk mengukur sikap dari keadaan yang sangat positif ke jenjang yang sangat negatif, dengan 4 alternatif pilihan, yaitu (1) tidak setuju sampai dengan (4) sangat setuju. Sehingga akan menunjukkan sejauh mana tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan yang diajukan oleh peneliti (Kusmayadi dan Sugiarto,

2000:94). Dalam hal ini, kuesioner dibagikan kepada para pengunjung atau wisatawan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendominasi motivasi wisatawan. Kuesioner ini akan dibagikan secara langsung di lokasi penelitian.

3.5.2 Uji Validitas

Menurut Sujarweni (2014) uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pernyataan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Instrumen yang telah diberikan dilakukan uji validitasnya setelah diberikan kepada responden. Pengujian validitas kepada 50 responden ini untuk mengetahui keabsahan dari instrumen yang diberikan sebelum instrumen tersebut diberikan kepada jumlah sampel yang sebenarnya. Hal ini sesuai pendapat Singarimbun dan Efendi (1995) yang mengatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuisisioner adalah minimal 30 responden. Dengan jumlah minimal 30 orang maka distribusi nilai akan lebih mendekati kurve normal. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Untuk mengetahui hasil perhitungan, peneliti menggunakan program pengolahan data *software IBM SPSS 26 for windows* dengan bantuan program Microsoft Excel. Rumus untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment*, yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r	= Koefisien validitas item yang dicari
X	= Skor yang diperoleh subjek seluruh item
Y	= Skor total
$\sum X$	= Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	= Jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum X^2$	= Jumlah kuadrat dalam distribusi X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat dalam distribusi Y
 n = Banyaknya responden
 Dimana :
 r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas *Push Factor*

No	Statement	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	<i>Escaping from my daily routine.</i>	.468	0.279	Valid
2	<i>Reduce stress.</i>	.675	0.279	Valid
3	<i>Enjoy watching the show.</i>	.284	0.279	Valid
4	<i>Desire to feel comfort in tourist destinations.</i>	.598	0.279	Valid
5	<i>Join the stage performance.</i>	.454	0.279	Valid
6	<i>Play musical instrument in the site.</i>	.356	0.279	Valid
7	<i>Visiting the cultural performance site with family.</i>	.666	0.279	Valid
8	<i>Strengthening family relationships.</i>	.672	0.279	Valid
9	<i>Enjoy prestigious show.</i>	.559	0.279	Valid
10	<i>Fulfil desire for self-recognition.</i>	.555	0.279	Valid
11	<i>Interact with local communities.</i>	.656	0.279	Valid
12	<i>Meet new people.</i>	.743	0.279	Valid
13	<i>Feel intimate atmosphere.</i>	.457	0.279	Valid
14	<i>Build positive thoughts and environment.</i>	.681	0.279	Valid
15	<i>Looking for educational of tourism.</i>	.459	0.279	Valid
16	<i>The purpose of this visiting is to conduct research related by destination.</i>	.716	0.279	Valid
17	<i>Prove curiosity.</i>	.347	0.279	Valid
18	<i>Desire to visit since long time ago.</i>	.652	0.279	Valid
19	<i>Enjoy holiday season.</i>	.522	0.279	Valid
20	<i>Enjoy leisure time.</i>	.549	0.279	Valid

Sumber: Hasil olahan Penulis (2019)

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas *Pull Factor*

No	Statement	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	<i>The location is accessible physically.</i>	.672	0.279	Valid
2	<i>The location has sufficient information</i>	.683	0.279	Valid

Selma Divia Antari, 2020

ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN MANCANEGARA UNTUK MENONTON PERTUNJUKAN SENI BUDAYA DI YOGYAKARTA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Statement	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	<i>and sign.</i>			
3	<i>The availability of tour guides to explain the destination.</i>	.594	0.279	Valid
4	<i>The availability of good public facilities such as toilet.</i>	.639	0.279	Valid
5	<i>Unique and authentic cultural tourism.</i>	.698	0.279	Valid
6	<i>Friendliness of the local people.</i>	.747	0.279	Valid
7	<i>The location seems safe and secure.</i>	.665	0.279	Valid
8	<i>The place is safe for traveling.</i>	.578	0.279	Valid
9	<i>Desire of curiosity about the art performance in Yogyakarta.</i>	.479	0.279	Valid
10	<i>The place giving new experience about culture.</i>	.446	0.279	Valid
11	<i>The quality of performance</i>	.428	0.279	Valid
12	<i>The location has unique and different cultural attractions.</i>	.682	0.279	Valid
13	<i>The travel cost is affordable.</i>	.582	0.279	Valid
14	<i>The ticket price is worth it.</i>	.663	0.279	Valid

Sumber: Hasil olahan Penulis (2019)

Dari tabel 3.2 dan 3.3 rTabel didapatkan nilai dari sampel (N) = 50 sebesar 0,279. Berdasarkan hasil dari uji validitas dihasilkan bahwa semua butir dalam instrumen semuanya menghasilkan nilai (rHitung) > daripada rTabel sebesar 0,279. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan Valid.

3.5.3 Uji Reliabilitas

Menurut Prasetyo & Jannah (2005) realibilitas berkaitan dengan keterandalan suatu indikator. Informasi yang ada pada indikator ini tidak berubah-ubah, atau yang disebut konsisten. Artinya, bisa suatu pengamatan dilakukan dengan perangkat ukur yang sama leih dari satu kali, hasil pengamatan itu (seharusnya) sama. Bila tidak sama, dikatakan perangkat ukur tersebut tidak reliabel. Merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontrak-kontrak pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Selanjutnya dalam penelitian ini peneliti mencari reliabilitas data dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach (α), karena pada penelitian kali ini pertanyaan kuesioner menggunakan skala likert 1 sampai dengan 4 dan rumus alpha atau cronbach's alpha (α) dapat dilihat sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = Varian total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir pertanyaan

Kelompok item dalam suatu dimensi dinyatakan reliabel jika koefisien realibilitasnya tidak lebih rendah dari 0,70 (Robert & Dennis, 1993) Bila koefisien reliabilitas telah dihitung, maka menentukan keeratan hubungan bisa digunakan kriteria Guilford (Guilford, 1956) yaitu:

Kurang dari 0,20 : Hubungan sangat kecil dan bisa diabaikan

0,20 - < 0,40 : Hubungan yang kecil (tidak erat)

0,40 - < 0,70 : Hubungan yang cukup erat

0,70 - < 0,90 : Hubungan yang erat (reliabel)

0,90 - < 1,00 : Hubungan yang sangat erat

1,00 : Hubungan yang sempurna

Untuk mengetahui hasil perhitungan, peneliti menggunakan program pengolahan data *software IBM SPSS 26 for Windows* dengan bantuan program Microsoft Excel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	C σ hitung	C σ minimal	Keterangan
1.	<i>Push Factor</i>	0,880	0,7	Reliabel
2.	<i>Pull Factor</i>	0,880	0,7	Reliabel

Sumber : Hasil olahan Penulis (2019)

Berdasarkan tabel 3.4 hasil pengujian pada 20 butir pernyataan faktor pendorong dan 14 butir pernyataan faktor penarik, keduanya menunjukkan bahwa semua pernyataan tersebut reliabel. Nilai C_o Hitung menunjukkan lebih dari 0,70 yaitu 0,880.

Selma Divia Antari, 2020

ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN MANCANEGARA UNTUK MENONTON PERTUNJUKAN SENI BUDAYA DI YOGYAKARTA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dari hasil uji validitas dan uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel. Maka penelitian ini dapat dilanjutkan pada tahapan selanjutnya tanpa adanya kendala terjadinya kegagalan karena instrumen penelitiannya yang belum teruji tingkat kevaliditasannya serta layak digunakan untuk menguji permasalahan yang diteliti.

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor. Menurut Supranto (2004) analisis faktor merupakan teknik statistika yang utamanya dipergunakan untuk mereduksi atau meringkas data dari variabel yang banyak diubah menjadi sedikit variabel, misalnya dari 15 variabel yang lama diubah menjadi 4 atau 5 variabel yang baru yang disebut faktor dan masih memuat sebagian besar informasi yang terkandung dalam variabel asli (*original variable*). Analisis faktorpun bertujuan untuk menyaring variabel mana yang paling unggul atau paling dominan. Yang digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini adalah teori motivasi perjalanan yang terdiri dari faktor pendorong dan penarik motivasi wisata. Teori yang digunakan sebagai faktor pendorong motivasi perjalanan adalah teori yang dikemukakan oleh Ryan dan Jackson (dalam Pitana dan Gayatri, 2005: 67) yaitu *escape, relaxation, play, strengthening family bonds, prestige, social interaction, romance, educational, self-fulfillment, wish-fulfillment, dan leisure time*. Sedangkan untuk faktor penarik motivasi perjalanan menggunakan teori permintaan pariwisata menurut Weaver & Lowton (dalam Pavule, 2006: 27) dan Medlik dalam (Ariyanto, 2005) yaitu Aksesibilitas, *Service, Citra / image, Budaya, Stabilitas politik dan Keamanan, Atraksi Wisata, Harga / Tarif*.

A. Asumsi Analisis Faktor:

Menurut (Santoso, 2006: 13) pada analisis faktor, sejumlah asumsi berikut harus dipenuhi, yaitu sebagai berikut:

- a. Korelasi antarvariabel *Indenpenden*. Besar korelasi atau korelasi antar indenpenden variabel harus cukup kuat, misalnya di atas 0,5.
- b. Korelasi Parsial. Besar korelasi parsial, korelasi antar dua variabel dengan menganggap tetap variabel yang lain, justru harus kecil.

Pada SPSS deteksi terhadap korelasi parsial diberikan lewan pilihan *Anti-Image Correlation*.

- c. Pengujian seluruh matriks korelasi (korelasi antar variabel), yang diukur dengan besaran *Barlett Test of Sphericity* atau *Measure Sampling Adequacy (MSA)*. Pengujian ini mengharuskan adanya korelasi yang signifikan di antara paling sedikit beberapa variabel.
- d. Pada beberapa kasus, asumsi Normalitas dari variabel variabel atau faktor yang terjadi sebaiknya dipenuhi.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka untuk dapat masuk ke dalam analisis faktor membutuhkan terpenuhinya serangkaian uji asumsi, oleh karena itu peneliti akan melakukan serangkaian uji asumsi sebelum uji analisis faktor dilakukan.

B. Teknik Analisis Faktor:

Sebelum melakukan analisis faktor, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden. Dari hasil data yang dikumpulkan setelah penyebaran kuesioner, selanjutnya dilakukan analisis faktor dengan metode analisis faktor eksploratori dengan pengolahan data menggunakan *software IBM SPSS 26 for windows* dengan bantuan program Microsoft Excel.

Menurut Wijaya (2010 : 103-109) proses dasar analisis faktor meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Menentukan faktor apa saja yang akan di analisis
2. Menguji variabel yang telah ditentukan dengan metode Bartlett's Test of Sphericity serta pengukuran MSA (Measure of Sampling Adequacy). Pada tahap ini dilakukan penyaringan terhadap sejumlah variabel hingga didapat variabel yang memenuhi syarat untuk di analisis. Untuk melihat ada tidaknya korelasi, dapat dilihat pada uji Kaset Meyer Oikin (KMO) Measure of Sampling Adequacy, yang merupakan suatu indeks yang dipergunakan untuk meneliti ketepatan analisis faktor. Nilaiytinggi antara 0,5 – 1,0 berarti analisis faktor tepat, kalau kurang dari 0,5 analisis faktor dikatakan tidak tepat.
3. Proses pemfaktoran (factoring) dilakukanya ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada, sehingga terbentuk satu atau lebih

faktor. Dari proses ini akan muncul Tabel Communalities, yang pada dasarnya menunjukkan jumlah faktor/variansi (bisa dalam persentase) dari suatu variabel yang mula-mula bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Nilai ekstrim communalities antara 0,0 (variabel tidak berkorelasi dengan variabel lain) sampai 1,0 (variansi variabel secara sempurna disebabkan oleh sejumlah faktor bersama). Tabel berikutnya yang muncul adalah Tabel Total Variance Explained, yang menampilkan *eigenvalues* masing-masing faktor. Semakin besar *eigenvalue* setiap faktor, maka faktor tersebut semakin reliabel untuk mewakili sekelompok variabel.

4. Proses rotasi dilakukan untuk mereduksi beberapa faktor ambigu. Rotasi paling sederhana adalah orthogonal rotation dimana sumbu dipertahankan 90°. Metode rotasi faktor yang digunakan adalah Varimax yang hasilnya dapat dilakukan dalam 1 literasi. Metode varimax banyak variabel dapat memiliki loading tinggi atau mendekati tinggi pada faktor yang sama.
5. Interpretasi faktor yang telah terbentuk, khususnya memberi nama atas faktor yang telah terbentuk dianggap dapat mewakili variabel tersebut.

Pada penelitian ini, proses analisis dilakukan sampai pada langkah interpretasi faktor dan memberikan nama pada faktor yang terbentuk karena pada penelitian ini hanya menganalisis faktor-faktor yang akan terbentuk dan faktor dominan atas sebuah variabel. Dalam proses pemfaktoran (*factoring*) terdapat hasil Analisis Total Variance Explained Factor dengan melihat nilai *eigenvalue* terbesar di dalamnya maka akan diperoleh faktor dominan yang mempengaruhi motivasi wisatawan mancanegara menonton pertunjukan seni budaya di Yogyakarta (Santoso S. , 2002). Dengan demikian dapat ditentukan jika komponen memiliki nilai *eigenvalue* paling besar dibandingkan komponen lain, maka komponen tersebut merupakan faktor dominan.