FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN WISATAWAN DALAM MELAKUKAN RESERVASI KAMAR SECARA ONLINE

Luh Linna Sagitarini

Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, Jl. Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung-Bali – 80364, Telp. 0361-701981 (hunting) Fax. 0361-701128
email: linnasagitarini@pnb.ac.id

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara *online* melalui *online travel agent*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat empat faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara *online*, yaitu: faktor *compatibility* memiliki *eigen value* 2,711 dan *percentage of variance* 19.364 persen, faktor *complexity* memiliki *eigen value* 2,157 dan *percentage of variance* 15.408 persen, faktor *relative advantage* memiliki *eigen value* 2,083 dan *percentage of variance* 14.877 persen dan faktor *self afficacy* memiliki *eigen value* 1,889 dan *percentage of variance* 13.495 persen. Variabel- variabel yang dapat mewakili setiap faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara *online* adalah kesesuaian dengan gaya hidup, tampilan fitur, efisien dan kemampuan penggunaan komputer.

Kata kunci: Reservasi kamar, online, wisatawan.

Abstract: *This research is conducted in order to know the factors that considered by tourist in doing online room reservation through online travel agent. Analysis technique used in this research is factor analysis. Based on the research it is found that in factors results, there are four factors considered by the tourists doing online room reservation, which are compatibility factor which eigen value is 2,711 and the percentage of variance is 19.364 percen, complexity factor which the eigen value is 2,157 and the percentage of variance is 15.408 percen, relative advantage factor which the eigen value is 2,083 and the percentage of variance was 14.877 percen and self afficacy factor which the eigen value is 1,889 and the percentage of variance is 13.495 percen. Variables that represent every factor which is considered by tourists in doing reservation through online travel agent are their life style, feature display, efficiency, and computer skill.*

Key words: room reservation, online, tourist.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memberikan akses yang luas untuk memeroleh informasi mengenai produk dan jasa yang sedang ditawarkan. Penggunaan internet membuat konsumen dengan mudah mengetahui informasi produk dan jasa yang ditawarkan oleh penjual atau perusahaan.

Penggunaan teknologi informasi sudah banyak digunakan dalam industri pariwisata, karena dapat memberikan kemudahan bagi penggunanya. Salah satu contohnya adalah penggunaan internet sebagai sarana promosi. *Online travel agent* merupakan salah satu jenis *travel agent* yang memanfaatkan perkembangan internet, karena kegiatan keseluruhannya melalui *online*. *Online travel agent* menyediakan reservasi secara *online* yang merupakan sarana yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam melakukan suatu perjalanan. Reservasi secara *online* melalui *online travel agent* dilakukan oleh wisatawan karena proses reservasinya tidak memerlukan banyak waktu dan dapat dilakukan di mana

saja. *Online travel agent* berlomba-lomba melakukan promosi atau penawaran-penawaran untuk menarik minat konsumen. Para *online travel agent* sudah banyak yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Beberapa *online travel agent* di antaranya Agoda, Booking.com, dan Traveloka. Beberapa hotel bahkan lebih banyak menerima tamu melalui *online travel* dibandingkan melalui *website* hotel atau datang langsung ke hotel. Hal ini disebabkan oleh perilaku konsumen saat ini yang cenderung ingin praktis, cepat, dan mudah dalam melakukan reservasi kamar hotel. Banyak faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi secara *online* khususnya melalui *online travel agent*. Banyak kelebihan yang bisa diberikan *online travel agent* kepada wisatawan. Misalnya, kemudahan bertransaksi, efesien dan efektif, kenyamanan dan privasi, tampilan fitur yang menarik, keamanan transaksi bahkan ada layanan purnajual.

METODOLOGI PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, yang menjadi objek penelitian ini adalah wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara *online* melalui *travel online* di Blue Point Bay Villas & Spa. Wisatawan yang diteliti adalah wisatawan asing dan domestik. Penelitian dilakukan di Bluepoint Bay Villas & Spa yang berlokasi di Jalan Labuansait Uluwatu, Pecatu. Alamat dari Blue Point Bay Villas & Spa adalah Jl. Labuansait-Uluwatu, Pecatu, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali 80364, Indonesia. Identifikasi variabel adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada pembaca tentang bagaimana caranya mengukur variabel.

1. Kemudahan bertransaksi (X1.1), adalah layanan *travel agent online* memudahkan wisatawan melakukan reservasi.
2. Efisien (X1.2), adalah tidak memerlukan banyak waktu dalam melakukan reservasi.
3. Efektif (X1.3), adalah proses reservasi yang sederhana, tidak memerlukan formulir.
4. Kemampuan akses (X1.4), adalah kegiatan reservasi secara online dapat dilakukan di mana saja.
5. Kenyamanan dan privasi (X1.5), adalah proses reservasi dapat dilakukan melalui komputer pribadi dan pada ruangan privasi.
6. Kesesuaian dengan gaya hidup (X2.1), adalah mampu memenuhi gaya hidup masyarakat masa kini yang menuntut kepraktisan.
7. Kesesuaian dengan kebutuhan (X2.2), adalah proses reservasi secara *online* pada saat ini sesuai dengan kebutuhan wisatawan.
8. Tampilan fitur (X3.1), adalah *online travel agent* memiliki desain dan tampilan yang menarik dan mudah dioperasikan
9. Cara registrasi (X3.2), adalah dengan reservasi *online* proses registrasi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat.
10. Keamanan transaksi (X4.1), adalah proses transaksi akan terjaga keamanannya, dilakukan langsung melalui *online travel agent*
11. Tingkat resiko penggunaan (X4.2), adalah identitas pengguna reservasi *online* akan terjaga kerahasiannya.
12. Peran teman (X5.1), adalah orang-orang terdekat berperan dalam pengambilan keputusan dalam melakukan reservasi online
13. Peran keluarga (X5.2), adalah orang-orang yang memiliki hubungan darah berperan dalam pengambilan keputusan dalam melakukan reservasi *online*.
14. Kemampuan penggunaan computer (X6.1), adalah tingkat kemampuan penggunaan komputer memengaruhi seseorang melakukan reservasi secara *online*
15. Pengalaman berinternet (X6.2), adalah suatu kondisi dimana seseorang telah terbiasa menggunakan internet, sehingga akan berpengaruh terhadap keputusan seseorang melakukan reservasi *online*.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik simpulannya (Sugiyono, 2014:148). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang menginap di hotel kawasan Pecatu mulai Januari sampai denga n Desember 2016, sedangkan sampel adalah

bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:149). Dalam penelitian ini, pengambilan sampel disesuaikan dengan teori Roscoe dalam Sugiyono (2007:74), bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian minimal adalah 30 sampai 500. Berdasarkan pendapat-pendapat para ahli tersebut di atas, maka peneliti menetapkan bahwa jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 tamu.

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan sumber data yang akan digunakan adalah orang atau wisatawan yang melakukan reservasi kamar secara *online* (Sugiyono, 2014:156). Menurut Malhotra (1996:645) untuk memperoleh hasil yang baik dari suatu analisis faktor, banyaknya responden yang diambil untuk mengisi kuesioner adalah sebanyak 5 kali dari variabel yang diteliti kuesioner, maka 15 x 5 yaitu 75 responden. Metode pengumpulan data yang akan dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu observasi, wawancara dan survei. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis faktor. Teknik analisis faktor adalah serangkaian prosedur yang digunakan untuk mengurangi dan meringkas data/variable tanpa menguragi informasi dari variable yang diteliti (Malhotra, 1998). Penggunaan analisis faktor dalam penelitian ini untuk melacak beberapa faktor dari jumlah indikator yang menjadi faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara online. Langkah-langkah dalam analisis faktor, yaitu:

1. Membuat Matrik Korelasi
   Semua data yang keluar masuk diolah akan menghasilkan matrik korelasi. Dengan adanya matrik korelasi dapat diidentifikasikan variabel-variabel tertentu yang tidak memiliki korelasi dengan variabel lain, sehingga dapat dikeluarkan dari analisis. Pada tahap ini juga diketahui variabel-variabel yang menimbulkan *multikolinearitas* yaitu dua variabel dengan koefisien korelasi relatif tinggi dan variabel tersebut dijadikan satu atau dipilih salah satu untuk dianalisis lebih lanjut (*Barlett's Test of Sphericity*). Kemudian digunakan uji *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) untuk mengetahui kecukupan sampelnya. Analisis faktor dikatakan layak apabila besaran KMO nilainya minimal 0,5. Besaran lainnya yang dilihat adalah nilai *Measure of Sampling Adequency* (MSA). Besaran ini dapat dilanjutkan atau tidak dengan kriteria MSA > 0,5.
2. Menentukan Jumlah Faktor
   Variabel disusun kembali berdasarkan pada pola korelasi hasil langkah pada butir 2, untuk menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Penentuan jumlah faktor di mana tiap-tiap faktor merupakan gabungan dari beberapa faktor yang saling berhubungan (berkorelasi) didasarkan atas besarnya *eigen value, percentage of variance* dari setiap setkor yang muncul, *eigen value* adalah penjumlahan *variance* nilai-nilai korelasi setiap faktor terhadap tiap-tiap variabel yang membentuk faktor yang bersangkutan. Untuk menentukan jumlah faktor yang dapat diterima secara empirik dapat dilakukan berdasarkan besarnya *eigen value* setiap faktor yang muncul. Semakin besar *eigen value* setiap faktor semakin representatif faktor tersebut untuk mewakili sekelompok variabel. Faktor-faktor ini yang dipilih adalah faktor yang memiliki *eign value* > 1. Demikian juga didasarkan kepada *percentage of variance* suatu faktor dapat menjadi pertimbangan konsumen apabila memilih nilai lebih besar dari 5%, dan apabila didasarkan pada *commulative of variance* ketentuannya adalah nilai minimum sebesar 60%, maka faktor tersebut dapat digunakan dalam model.
3. Rotasi Faktor
   Hasil penyederhanaan faktor dalam matriks memperlihatkan hubungan antara faktor variabel individual, tetapi dalam faktor-faktor tersebut terdapat banyak variabel yang berkolerasi sehingga sulit untuk diinterpretasikan. Dari beberapa macam metode rotasi faktor yaitu *varimax, quartimax*, dan *equimax*, maka akan dipilih salah satu dari metode rotasi tersebut yang paling mudah diinterpretasikan.
4. Interpretasi Faktor
   Interpretasi faktor dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan faktor yang mempunyai *loading factor* yang tinggi ke dalam faktor tersebut. Untuk interpretasi dari hasil penelitian ini, *loading factor* minimal 0,4 (Subhas Sharma, 1996 : 122) Variabel yang mempunyai *loading factor* kurang dari 0,4 dikeluarkan dari model.

5. Perhitungan Skor Faktor
   Perhitungan skor faktor yang pada dasarnya dimaksudkan untuk mencari nilai faktor yang dapat digunakan untuk analisis multivatriat.
6. Penyeleksian Surrogate Variabel
   Penyeleksian Surrogate variabel adalah mencari satu variabel dalam setiap faktor sebagai wakil tiap-tiap faktor. Pemilihan ini didasarkan pada nilai *loading faktor* tertinggi.
7. Menetukan Ketepatan Model
   Tahap akhir dari model ini adalah mengetahui apakah model mampu menjelaskan dengan baik. Fenomena data yang ada perlu diuji dengan teknik Principal Component Analysis (PCA) yaitu melihat jumlah residual antara korelasi yang diamati dan korelasi yang direproduksi. Apabila nilai persentase residual semakin tinggi, akan semakin tidak baik kemampuan model dalam menjelaskan fenomena yang ada..

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Siregar, 2013:46). Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

No	Faktor	Variabel	Koofisien korelasi (rhitung)	Nilai r tabel	Keterangan
1	*Relative Advantage*	Kemudahan Bertransaksi	0.365	0.3610	Valid
		Efisien	0.706	0.3610	Valid
		Efektif	0.738	0.3610	Valid
		Kemampuan Akses	0.844	0.3610	Valid
		Kenyamanan dan Privasi	0.734	0.3610	Valid
2	*Compatibility*	Kesesuaian dengan gaya hidup	0.736	0.3610	Valid
		Kesesuaian dengan kebutuhan	0.646	0.3610	Valid
3	*Complexity*	Tampilan Fitur	0.683	0.3610	Valid
		Cara registrasi reservasi	0.783	0.3610	Valid
4	*Risk*	Keamanan transaksi	0.807	0.3610	Valid
		Tingkat resiko penggunaan	0.537	0.3610	Valid
5	*Subjective Norm*	Peran teman	0.500	0.3610	Valid
		Peran keluarga	0.505	0.3610	Valid
6	*Self Eficacy*	Kemampuan penggunaan computer	0.721	0.3610	Valid
		Pengalaman penggunaan internet	0.445	0.3610	Valid

Berdasarkan Tabel uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) adalah n-2, di mana n merupakan jumlah sampel. Pada penelitian ini sampel (n) yang digunakan adalah sebanyak 30 responden, sehingga besarnya df dapat dihitung 30 dikurangi 2 adalah 28 dengan nilai df adalah 28 dan nilai alpha adalah 0.05 sehingga didapat r tabel 0.3610. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Pada tabel 4.5 nilai r hitung pada seluruh variabel lebih besar dari nilai r tabel, dimana pada faktor *relative advantage* variabel kemampuan akses memiliki nilai koefisien korelasi paling tinggi yaitu 0.844, efektif dengan nilai 0.738, efisien dengan nilai 0.706 dan kemudahan transaksi memiliki koefisien korelasi paling rendah yaitu 0.365. Pada faktor *compatibility* variabel kesesuaian dengan gaya hidup memiliki koefisien korelasi yang tertinggi yaitu

0.736 dan kesesuaian dengan kebutuhan dengan nilai 0.646. Pada faktor *complexity* variabel yang memiliki koefisien korelasi tertinggi adalah cara registrasi reservasi dengan nilai 0.783 dan tampilan fitur dengan nilai 0.683. Pada faktor *risk* keamanan transaksi memiliki nilai koefisien korelasi tertinggi yaitu 0.807 dan tingkat resiko penggunaan dengan nilai 0.537. Pada faktor *subjective norm* variabel peran keluarga memiliki koefisien korelasi lebih tinggi yaitu 0.505 sedangkan peran teman dengan nilai 0.500. Sedangkan pada faktor *self efficacy* kemampuan penggunaan komputer memiliki nilai koefisien korelasi lebih tinggi yaitu 0.721 dan pengalaman penggunaan internet dengan nilai 0.445. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel valid dan dapat dinyatakan layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula (Siregar, 2013:55).

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	0.889	Reliabel

Sumber: data diolah

Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* lebih dari 0.60. Berdasarkan tabel diperoleh nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0.60 yaitu dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 0.889. Jadi, dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam melakukan pengumpulan data penelitian.

Untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, maka digunakan analisis faktor. Tujuannya adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara online. Berikut ini adalah tahapan- tahapan dalam melakukaan analisis faktor, yaitu:

1. Membuat Matrik Korelasi

   Semua data yang akan diolah akan menghasilkan matrik korelasi. Adanya matrik korelasi dapat diidentifikasikan variabel-variabel tertentu yang tidak memiliki matrik korelasi dengan variabel lain, sehingga dapat dikeluarkan dari analisis. Semua data yang keluar masuk akan diolah sehingga akan menghasilkan matrik korelasi. Untuk menguji apakah terdapat korelasi antarvariabel digunakan uji *Bartlett test of sphericity*. Jika hasilnya signifikansi berarti matrik korelasi memiliki korelasi signifikan dengan sejumlah variabel. Uji lain yang dapat digunakan untuk melihat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya analisis faktor dilakukan adalah *measure of sampling adequacy* (MSA). Nilai MSA bervariasi dari 0 sampai 1.

   a. Koefisien determinasi yang dihasilkan dari analisis ini adalah sebesar 0,0004 yang didapat dari matrik korelasi. Koefisien ini menunjukkan nilai yang semakin mendekati 0 (nol) sehingga diinterpretasikan seluruh variabel memiliki korelasi antara satu dan lainnya.

   b. Nilai *Bartlett test of sphericity* yang dihasilkan adalah sebesar 502,313 dengan signifikansi 0,000. Nilai Kaiser Meyer Olkin (KMO) sebesar 0,566. Hal ini menunjukkan bahwa model uji KMO telah memenuhi syarat kecukupan model dan dinyatakan layak dengan nilai KMO yang lebih besar dari 0.5.

   c. Kelayakan model lainnya dilihat dari nilai Measure of Sampling Adequecy (MSA).

Tabel 3 Nilai Measure of Sampling Adequecy (MSA)

No	Variabel	Nilai MSA
1	Kemudahan bertransaksi	0.453
2	Efisien	0.567
3	Efektif	0.603
4	Kemampuan akses	0.692
5	Kenyamanan dan privasi	0.730
6	Kesesuaian dengan gaya hidup	0.531
7	Kesesuaian dengan kebutuhan	0.681
8	Tampilan fitur	0.690
9	Cara registrasi transaksi	0.537
10	Keamanan transaksi	0.634
11	Tingkat resiko penggunaan	0.692
12	Peran teman	0.441
13	Peran keluarga	0.430
14	Kemampuan penggunaan komputer	0.484
15	Pengalaman penggunaan internet	0.498

Sumber: data diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas terdapat 15 variabel yang akan dianalisis, akan tetapi terdapat 5 variabel yang memiliki nilai MSA kurang dari 0,5. Variabel yang memiliki nilai MSA kurang dari 0,5 adalah kemudahan bertransaksi dengan nilai MSA 0.453, peran teman dengan nilai MSA 0.441, peran keluarga dengan nilai MSA 0.430, kemampuan penggunaan komputer dengan nilai MSA 0.484 dan pengalaman penggunaan internet dengan nilai MSA 0.498. berdasarkan hasil pengolahan data, karena ada beberapa variabel yang memiliki nilai MSA kurang dari 0,5 maka variabel tersebut tidak dapat dianalisis lebih lanjut. Walaupun ada 5 variabel yang memiliki nilai MSA kurang dari 0,5 akan tetapi tidak semua variabel akan di hilangkan. Variabel yang akan dihilangkan adalah variabel yang memiliki nilai MSA paling rendah, yaitu variabel peran keluarga sebesar 0,430 (Ghozali, 2016:381). Variabel tersebut akan dikeluarkan dan kemudian dilakukan pengujian ulang terhadap ke 14 variabel. Berikut ini adalah tabel Nilai Measure of Sampling Adequecy (MSA) setelah di uji ulang dengan mengeluarkan variabel peran keluarga.

Tabel 4 Nilai Measure of Sampling Adequecy (MSA)

No	Variabel	Nilai MSA
1	Kemudahan bertransaksi	0.510
2	Efisien	0.563
3	Efektif	0.603
4	Kemampuan akses	0.686
5	Kenyamanan dan privasi	0.758
6	Kesesuaian dengan gaya hidup	0.552
7	Kesesuaian dengan kebutuhan	0.658
8	Tampilan fitur	0.667
9	Cara registrasi transaksi	0.565
10	Keamanan transaksi	0.676
11	Tingkat resiko penggunaan	0.707
12	Peran teman	0.650
13	Kemampuan penggunaan komputer	0.593
14	Pengalaman penggunaan internet	0.565

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel, setelah dilakukan pengujian ulang dengan menggunakan 14 variabel maka seluruh variabel dinyatakan dapat dilanjutkan pada tahap pengujian selanjutnya, karena memiliki nilai MSA lebih dari 0.5. Variabel yang dikeluarkan dari pengujian adalah variabel peran keluarga sehingga yang dapat melanjutkan proses selanjutnya adalah kemudahan bertransaksi dengan nilai MSA 0.510, efisien dengan nilai MSA 0.563, efektif dengan nilai MSA 0.603, kemampuan akses 0.686, kenyamanan dan privasi dengan nilai MSA 0.758, kesesuaian dengan gaya hidup dengan nilai MSA 0.552, kesesuaian dengan kebutuhan dengan nilai MSA 0.658, tampilan fitur dengan nilai MSA 0.667, cara registrasi transaksi dengan nilai MSA 0.565, keamanan transaksi dengan nilai MSA 0.676, tingkat resiko penggunaan dengan nilai MSA 0.707, peran teman dengan nilai MSA 0.650, kemampuan penggunaan komputer dengan nilai MSA 0.593 dan pengalaman penggunaan internet dengan nilai MSA 0.565.

2. Menentukan Jumlah Faktor
   Variabel disusun kembali berdasarkan pada pola korelasi hasil langkah pada butir 2, untuk menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Penentuan jumlah faktor dimana masing-masing faktor merupakan gabungan dari beberapa factor yang saling berhubungan (berkorelasi) didasarkan atas besarnya *eigen value, percentage of variance* dari setiap setkor yang muncul.

Tabel 5 Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Wisatawan Dalam Melakukan Reservasi Kamar Secara Online

Faktor	*Eigenvalues*	*% of Variances*	*Cumulative %*
1	2,711	19.364	19.364
2	2,157	15.408	34.772
3	2,083	14.877	49.649
4	1,889	13.495	63.144

Sumber: data diolah

Tabel menunjukkan bahwa ke-14 indikator kemudian dikelompokkan menjadi 4 faktor berdasarkan pada nilai *eigen value* lebih dari 1, yaitu faktor 1 dengan *eigen value* 2,711, faktor 2 dengan *eigen value* 2,157 faktor 3 dengan *eigen value* 2,083 dan faktor 4 dengan *eigen value* 1,889. Hal ini artinya terdapat 4 faktor yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam melakukan reservai kamar secara online. Tabel 4 menunjukkan bahwa ke-4 faktor tersebut mampu menjelaskan variasi 63,144 persen.

3. Rotasi Faktor
   Rotasi faktor dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan faktor yang mempunyai *loading factor* yang tinggi ke dalam faktor tersebut. Alat yang digunakan untuk interpretasi faktor adalah *factor rotation*. Ada dua jenis rotasi yaitu *orthogonal rotation* dan *oblique rotation*. Rotasi orthogonal dapat berbentuk *quartimax*, *varimax*, *equimax*, dan *promax*. Metode rotasi faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *varimax*, karena metode ini dinilai lebih mudah mereduksi data ke dalam kelompok-kelompok faktor yang berkorelasi kuat sehingga mudah diinterpretasikan.

No	Faktor	Variabel	Loading Factor	% Of Variance
1	*Compatibility*	Kesesuaian dengan gaya hidup	0.833	19.364
		Tingkat resiko penggunaan	0.733	
		Keamanan transaksi	0.718	
		Kenyamanan dan privasi	0.511	
2	*Complexity*	Tampilan fitur	0.798	15.408
		Cara registrasi transaksi	0.751	
		Kesesuaian dengan kebutuhan	0.613	
		Kemampuan akses	0.517	
3	*Relative advantage*	Efisien	0.840	14.877
		Efektif	0.833	
		Kemudahan bertransaksi	0.532	
4	*Self efficacy*	Kemampuan penggunaan computer	0.876	13.495
		Pengalaman penggunaan internet	0.760	
		Peran teman	0.528	

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel bahwa dalam menentukan nama faktor didapatkan dari nilai *eigen value* yang tertinggi. Faktor 1 yaitu faktor *compatibility* dengan nilai *variance* 19.364 persen dengan variabel yang memiliki korelasi yang kuat dengan faktor 1 adalah kesesuaian dengan gaya hidup dengan nilai *loading factor* 0.833, tingkat resiko penggunaan dengan nilai *loading factor* 0.733, keamanan transaksi dengan nilai *loading factor* 0.718 dan kenyamanan dan privasi dengan nilai *loading factor* 0.511. Faktor 2 yaitu faktor *complexity* dengan nilai *variance* 15.408 persen dengan variabel yang memiliki korelasi yaitu tampilan fitur dengan nilai *loading factor* 0.798, cara registrasi dengan nilai *loading factor* 0.751, kesesuaian dengan kebutuhan 0.613 dan kemampuan akses dengan nilai *loading factor* 0.517. Faktor 3 yaitu faktor *relative advantage* dengan nilai *variance* 14.877 persen dengan variabel yang memiliki korelasi yang kuat dengan faktor 3 adalah efisien dengan nilai *loading factor* 0.840, efektif dengan nilai *loading factor* 0.833 dan kemudahan bertransaksi dengan nilai *loading factor* 0.532. Faktor 4 yaitu faktor *self efficacy* memiliki hasil terendah dengan nilai *variance* 13.495 dengan variabel yang memiliki korelasi dengan faktor 4 adalah kemampuan penggunaan komputer dengan nilai *loading factor* 0.876, pengalaman penggunaan internet dengan nilai *loading factor* 0.760 dan peran teman dengan nilai *loading factor* 0.528.

4. Interpretasi Faktor

   Interpretasi faktor dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan faktor yang mempunyai *loading factor* yang tinggi ke dalam faktor tersebut. Interpretasi dari analisis faktor tersebut adalah sebagai berikut:

   a. Faktor 1 *Compatibility*

      Faktor *compatibility* memiliki *percentage of variance* sebesar 19.364 persen. Hal ini berarti faktor-faktor yang termasuk ke dalam faktor *compatibility* mampu menjelaskan tentang faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan melakukan reservasi kamar secara *online* melalui *online travel agent* di Bue Point Bay Villas & Spa sebesar 19.364 persen. Variabel yang termasuk ke dalam faktor *compatibility* adalah kesesuaian dengan gaya hidup dengan nilai *loading factor* 0.833, tingkat resiko penggunaan dengan nilai *loading facto*r 0.733, keamanan transaksi dengan nilai *loading factor*0.718 dan kenyamanan dan privasi dengan nilai *loading factor* 0.511. Jadi variabel kesesuaian dengan gaya hidup memiliki nilai *loading factor* tertinggi pada faktor 1.

   b. Faktor 2 *Complexity*

      Faktor *complexity* memiliki *percentage of variance* sebesar 15.408 persen. Hal ini berarti faktor-faktor yang termasuk ke dalam faktor *compatibility* mampu menjelaskan tentang faktor-faktor yang dipertimbang kan wisatawan melakukan reservasi kamar secara *online* melalui *online travel*

agent di Bue Point Bay Villas & Spa sebesar 15.408 persen. Variabel yang termasuk ke dalam

faktor *complexity* adalah tampilan fitur dengan nilai *loading factor* 0.798, cara registrasi dengan nilai *loading factor* 0.751, kesesuaian dengan kebutuhan dengan nilai *loading factor* 0.613 dan kemampuan akses dengan nilai *loading factor* 0.517. Jadi variabel tampilan fitur memiliki nilai *loading factor* tertinggi pada faktor 2.

c. Faktor 3 *Relative Advantage*

Faktor *relative advantage* memiliki *percentage of variance* sebesar 14.877 persen. Hal ini berarti faktor-faktor yang termasuk ke dalam faktor *compatibility* mampu menjelaskan tentang faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan melakukan reservasi kamar secara *online* melalui *online travel agent* di Bue Point Bay Villas & Spa sebesar 14.877 persen. Variabel yang termasuk ke dalam faktor *relative advantage* adalah efisien dengan nilai *loading factor* 0.840, efektif dengan nilai *loading factor* 0.833 dan kemudahan bertransaksi dengan nilai *loading factor* 0.532. Jadi variabel efisien memiliki nilai *loading factor* tertinggi pada faktor 3.

d. Faktor 4 *Self efficacy*

Faktor *self efficacy* memiliki percentage of variance sebesar 13.495 persen. Hal ini berarti faktor-faktor yang termasuk ke dalam faktor *self efficacy* mampu menjelaskan tentang faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan melakukan reservasi kamar secara *online* sebesar 13.495 persen. Variabel yang termasuk ke dalam faktor *self efficacy* adalah kemampuan penggunaan komputer dengan nilai *loading factor* 0.876, pengalaman penggunaan internet dengan nilai *loading factor* 0.760 dan peran teman dengan nilai *loading factor* 0.528. Jadi variabel kemampuan penggunaan computer memiliki nilai *loading factor* tertinggi pada faktor 4.

5. Menentukan Ketepatan Model

Tahap akhir dari model ini adalah mengetahui apakah model mampu menjelaskan dengan baik. Fenomena data yang ada perlu diuji dengan teknik *Principal Component Analysis* (PCA) yaitu melihat jumlah residual antara korelasi yang diamati dan korelasi yang direproduksi.

Apabila nilai persentase residual semakin tinggi, akan semakin tidak baik kemampuan model dalam menjelaskan fenomena yang ada. Berdasarkan hasil penelitian ini, persentase residual yang dihasilkan dengan dari model uji ini adalah sebesar 49 persen, sehingga nilai ketepatan model uji ini adalah sebesar 51 persen yang didapatkan dari hasil *reproduced correlations* dengan tingkat toleransi sebesar 0,05. Ketepatan model uji yang digunakan adalah sebesar 51 persen, hal ini berarti terdapat faktor lain yang dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara online. Faktor-faktor lain yang mungkin dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara online adalah faktor kelas sosial dan faktor ekonomi.

Untuk menentukan faktor-faktor yang paling dominan dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara *online* dapat dilihat dari variabel yang memiliki nilai *loading factor* tertinggi dalam setiap faktor yang telah terbentuk.

1. Variabel kesesuaian dengan gaya hidup merupakan variabel yang dapat mewakili faktor 1, karena variabel tersebut memiliki nilai *loading factor* tertinggi pada faktor 1 yaitu sebesar 0.833. Reservasi kamar secara *online* merupakan salah satu gaya hidup masyarakat pada saat ini. Gaya hidup masyarakat pada zaman era globalisasi ini masyarakat lebih menuntut kepraktisan sehingga reservasi kamar secara online sangat membantu masyarakat yang ingin liburan tanpa harus datang langsung ke *travel agent*.
2. Variabel tampilan fitur merupakan variabel yang dapat mewakili faktor 2, karena variabel tersebut memiliki nilai *loading factor* tertinggi pada faktor 2 yaitu sebesar 0.798. variabel tampilan fitur dapat mewakili faktor 2, karena tampilan fitur yang dimiliki oleh *online travel agent* sangat menarik dengan gambar-gambar objek wisata, dapat merekomendasikan tempat-tempat wisata terbaik, dapat merekomendasikan hotel-totel terbaik pada daerah wisata yang diinginkan, memberikan harga yang lebih murah, dan mudah diakses.
3. Variabel efisien merupakan variabel yang dapat mewakili faktor 3, karena variabel tersebut memiliki nilai *loading factor* tertinggi pada faktor 3 yaitu sebesar 0.840. Wisatawan dapat melakukan reservasi kamar dengan cepat tanpa harus memerlukan banyak waktu, tenaga maupun biaya. Proses reservasi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah.
4. Variabel kemampuan penggunaan komputer merupakan variabel yang dapat mewakili faktor 4, karena variabel tersebut memiliki nilai *loading factor* tertinggi pada faktor 4 yaitu sebesar 0.876.

Dampak yang ditimbulkan dari era globalisasi salah satunya adalah meningkatkan ilmu pengetahuan serta teknologi. Pengetahuan tentang penggunaan komputer juga sudah diperkenalkan kepada anak usia dini. Semakin canggihnya teknologi, bukan komputer saja yang digunakan, melainkan juga dapat menggunakan laptop yang bisa dibawa kemana-mana dan juga dapat menggunakan *smartphone.*

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut. Faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara online 4 faktor, yaitu:

1. Faktor *compatibility* yang terdiri dari variabel kesesuaian dengan gaya hidup, tingkat resiko penggunaan, keamanan transaksi dan kenyamanan dan privasi. Faktor *compatibility* memiliki total varian 19.364 persen dan menjadi faktor 1.
2. Faktor *complexity* yang terdiri dari variabel tampilan fitur, cara registrasi, kesesuaian dengan kebutuhan dan kemampuan akses. Faktor *complexity* memiliki total varian 15.408 persen dan menjadi faktor 2.
3. Faktor *relative advantage* yang terdiri dari variabel efisien, efektif dan kemudahan bertransaksi. Faktor *relative advantage* memiliki total varian 14.877 persen dan menjadi faktor 3.
4. Faktor *self efficacy* yang terdiri dari variabel kemampuan penggunaan komputer, pengalaman penggunaan internet dan peran teman. Faktor *self efficacy* memiliki total varian 13.495 persen dan menjadi faktor 4.

   Faktor-faktor yang dominan dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara *online* variable kesesuaian dengan gaya hidup merupakan variabel yang dapat mewakili faktor 1, variabel tampilan fitur merupakan variabel yang mewakili faktor 2, variabel efisien merupakan variabel yang dapat mewakili faktor 3, dan variabel kemampuan penggunaan komputer merupakan variabel yang dapat mewakili faktor 4.

Saran

Berdasarkan pada simpulan penelitian faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara *online*, maka penulis dapat memberikan saran, yaitu:

1. Pihak hotel agar dapat menjalin kerjasama dengan lebih banyak *online travel agent*, agar penjualan kamar dapat meningkat.
2. Tampilan fitur yang dimiliki oleh *online travel agent* harus terus diperbarui, untuk mengikuti perkembangan zaman. Tampilan fiturnya dapat dibuat lebih menarik lagi, misalnya dengan memperbarui gambar-gambar yang ada.
3. Berdasarkan pada ketepatan model uji yang digunakan adalah sebesar 51 persen, hal ini berarti terdapat faktor lain yang dipertimbangkan wisatawan dalam melakukan reservasi kamar secara online.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. cet. II. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Agus Sambodo, Bagyono. 2006. *Dasar-Dasar Kantor Depan Hotel*: Yogyakarta. Penerbit ANDI. Artini, Ni Nyoman Dian. 2010. Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Nasabah BCA Untuk Mengadopsi Klikbca Di Denpasar. *Tesis*. Tidak Dipublikasikan. Denpasar: Program Pasca Sarjana Universitas Udayana.

Foster , Dennis L. 2000. *First Class An Introduction to Travel and Tourism,* Second Edition. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23: Semarang. Universitas Diponegoro.

Mowen, John dan Michael Minor, 2002, Perilaku Konsumen, Jilid 1, Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya, Erlangga, Jakarta.