

Social Capital Factors Affecting Tourist Satisfaction in the Lake Toba region of North Sumatera

Ronnie M.T.Sirait¹, Runggu Besmandala Napitupulu², Dameria Girsang³,
Agam Sinaga⁴ Lisan Hot Pandiangan⁵

ronni_sirait@yahoo.com¹, rb.napitupulu@gmail.com², mberhul@gmail.com³,
gambiriboy@yahoo.com⁴, lisanmedan@yahoo.com⁵

^{1,2,4} Economic Faculty Darma Agung University

^{3,5} Tourism and Hospitality Academy Darma Agung Medan

Abstract

The research objective is to find out: the elements of social capital in the Lake Toba region; The main components of social capital that affect tourist satisfaction in the Lake Toba region; The main component with the highest relationship or influence on social capital. Questionnaires were distributed to 170 respondents aged 17 years and over. International tourists as many as 19 people and domestic tourists as many as 151 people. Data is reviewed by exploratory factor analysis techniques. The results of the study are: Social capital that influences tourist satisfaction includes 15 components; Extraction of components produces 3 main components; The main components include: Tourist satisfaction with community trust in the Lake Toba area; Tourist satisfaction with community norms in the Lake Toba region; Tourist satisfaction with the social network of the community in the Lake Toba region; The highest average loading factor for component 1.

Keywords: Exploratory factor analysis, Social capital, Tourist satisfaction

I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Industri pariwisata sangat penting artinya dalam pengembangan suatu wilayah. Yudananto, 2013, Peranan sektor pariwisata terhadap perekonomian dapat berupa menciptakan atau menambah lapangan dan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar industri itu berdiri seperti dalam usaha akomodasi, restoran, pemandu wisata, seniman, biro perjalanan wisata dan jasa lainnya. Menpar Arif Yahya, 2017, di tahun 2019, menargetkan 1 juta kunjungan wisman ke DanauToba. Untuk mencapai target tersebut, pemerintah membuat langkah-langkah strategis dari sisi kebijakan, mempercepat kesiapan infrastruktur dan pengembangan sumber daya manusia, khususnya di daerah.

Dalam pariwisata konvensional, nilai tradisional akan selalu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Baker dan Crompton, 2000, Ada

kelangkaan penelitian yang secara empiris menyelidiki hubungan antara nilai, kepuasan dan perilaku niat dalam konteks pariwisata. Alam dan Hisham, 2011, Nilai agama itu sendiri secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumen. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi tidak hanya oleh nilai tradisional, tetapi juga oleh nilai budaya dan religiusitas.

1.2. Rumusan masalah

Pertanyaan penelitian dari fenomena yang diungkapkan pada latar belakang yakni:
Apakah modal sosial mempengaruhi kepuasan wisatawan di kawasan pariwisata Danau Toba ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a. Untuk mengetahui unsur-unsur modal sosial di kawasan Danau Toba

- b. Untuk mengetahui komponen-komponen utama modal sosial yang mempengaruhi kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba.
- c. Untuk mengetahui komponen utama dari modal sosial paling tinggi hubungan atau pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan

2. Urgensi Penelitian

- a. Salah masukan dalam pembuatan atau revisi kebijakan dalam pariwisata oleh pemerintah daerah dan pihak lainnya yang terkait dengan kawasan Danau Toba
- b. Referensi ilmiah bagi penelitian sejenis pada masa yang akan datang
- c. Memperkaya bahan ajar dalam bidang ilmu bersangkutan

II. Teori dan Kerangka Berpikir Penelitian

2.1. Grand Theory

Penelitian ini menggunakan 2 konsep teori, yakni teori modal sosial dan teori kepuasan konsumen (wisatawan).

1. Modal sosial

Poli ,2007, Modal sosial adalah saling percaya yang mempersatukan masyarakat sebagai kesatuan hidup yang beradab. Muncul dari pengalaman bersama yang memuaskan, karena itu diulang-uangi sehingga membentuk pola perilaku, yang dipertahankan melalui aturan yang disepakati, sehingga menyatukan masyarakat dalam suatu struktur tertentu. Putnam,1993, mengatakan bahwa, modal sosial mengacu kepada ciri organisasi sosial, seperti jaringan, norma dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi dan kinerja agar saling menguntungkan. Uphoff ,2000, modal sosial adalah akumulasi dari beragam tipe sosial, psikologis, budaya, kognitif, kelembagaan, dan aset-aset yang terkait yang dapat meningkatkan kemungkinan manfaat bersama dari perilaku kerjasama.

2. Kepuasan konsumen/wisatawan

Zeithaml et al. ,2009:104, *satisfaction is the customer's evaluation of product or service in*

term of whether that product or service has met customer's needs and expectations. Tjiptono,et.al, 2012:25, memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan berasal dari nilai yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

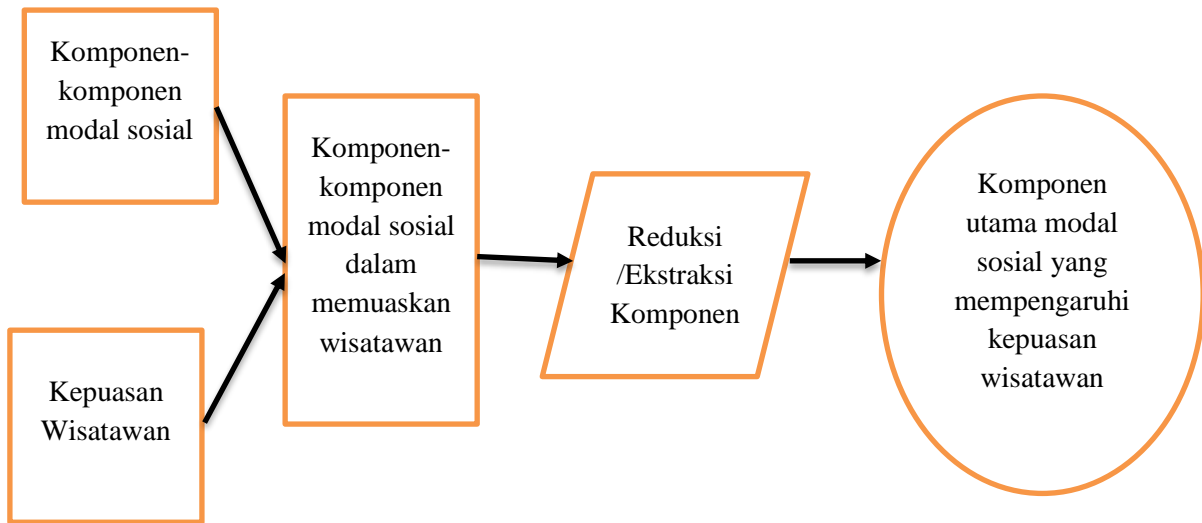
3. Wisatawan

IUOTO (International Union of Official Travel Organization), dalam Gamal Suwanto ,2009:4, : Wisatawan atau pengunjung (visitor) yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah

2.2. Kerangka Pemikiran Penelitian

Banyak unsur-unsur modal sosial pada masyarakat di kawasan pariwisata Danau Toba antara lain: Serikat tolong menolong, acara adat perkawinan, berbagai acara keagamaan, arisan antar marga, dan lain-lain. Salah satu aspek yang sangat penting dalam perilaku wisatawan yaitu kepuasan mereka dalam kunjungan ke destinasi wisata. Bila kedua dimensi ini diintegrasikan, maka akan terbentuk kepuasan wisatawan yang diakibatkan oleh komponen-komponen modal sosial. Dalam penelitian ini terdapat 17 komponen modal sosial yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Untuk melihat komponen-komponen yang signifikan mempengaruhi kepuasan dilakukan dengan teknik analisis faktor eksploratori. Reduksi terhadap komponen-komponen tersebut menghasilkan 15 komponen modal sosial yang mempengaruhi kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba. Ekstraksi yang dilakukan terhadap kelimabelas unsur diperoleh tiga komponen utama modal sosial yang mempengaruhi kepuasan wisatawan di kawasan

Danau Toba. Tahapan-tahapan tersebut dapat dilihat pada gambar berikut. .



Sumber: Dikembangkan oleh tim peneliti, 2017

Gambar Kerangka berpikir peneliti

III. Metode Penelitian

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di kawasan Danau Toba yang meliputi 7 daerah tingkat II yakni: Kabupaten Toba Samosir, Samosir, Simalungun, Tapanuli Utara, Karo, Humbang Hasundutan, dan kabupaten Dairi. Penelitian berlangsung dari bulan Oktober 2017 hingga Oktober 2018.

3.2. Jenis Penelitian

Hermawan, Asep, 17, Penelitian eksploratif adalah salah satu jenis penelitian sosial yang tujuannya untuk memberikan sedikit definisi atau penjelasan mengenai konsep atau pola yang digunakan dalam penelitian. Angga Hadiapurwa, 2015, Jenis penelitian eksplorasi bertujuan mengeksplorasi (menggali) topik yang sama sekali baru, ditandai dengan masih sedikitnya tulisan yang dihasilkan mengenai topik ini. Philip Kotler 2006, p.122, Penelitian eksploratif adalah penelitian yang bertujuan menghimpun informasi awal yang akan membantu upaya menetapkan masalah dan merumuskan hipotesis.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan data ordinal dengan skala 1-7. Data ordinal dikonversi menjadi data metrik (interval) sebagai input untuk analisis faktor eksploratori. Sumber data berasal dari jawaban responden (data primer).

3.4. Populasi dan Sampel

Biro Pusat Statistik Sumatera Utara, 2018, Jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke daerah-daerah di kawasan Danau Toba pada tahun 2017 sebanyak 1.330.111 orang. Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke kabupaten-kabupaten di kawasan Danau Toba selama tahun 2017 sebanyak 107.590 orang. Populasi dalam penelitian ini mencakup jumlah wisatawan yang berkunjung ke kawasan Danau Toba selama tahun 2017 sebanyak 1.437.701 wisatawan.

Hair et al. (1998),. Biasanya ukuran sampel dalam analisis multivariat dianjurkan memiliki paling sedikit 5 kali jumlah variabel yang akan diamati, karena semakin banyak sampel yang dipilih akan mencapai patokan rasio 10:1, dalam arti untuk satu variabel ada 10 sampel.. Teknik analisis yang digunakan dalam

penelitian ini yakni teknik analisis faktor. Matrik atau rekap data memiliki 17 kolom, oleh sebab itu jumlah baris atau sampel sebanyak 170 baris atau sampel (17 x 10). Jadi penelitian ini menggunakan responden sebanyak 170 orang. Mengacu proporsional sampling, responden wisman sebanyak 19 wisatawan; Responden wisnus sebanyak 151 orang. Mereka telah berumur 17 tahun keatas.

3.5. Operasionalisasi Variabel dan Pengukuran

Variabel awal (sebelum direduksi) dalam penelitian ini sebanyak 20 variabel. Konstruk modal sosial yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dibangun oleh keduapuluh variabel. Masing variabel diukur dengan skala likert 1-7.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap awal pengumpulan data dengan area sampling. Dipilih atau ditetapkan daerah yang banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara dan mancanegara yakni Parapat kabupaten

Simalungun dan Tuk-tuk Siadong kabupaten Samosir. Selanjutnya terapkan aksidental sampling. Siapa saja wisatawan yang bertemu dan sesuai dengan kriteria diajukan angket untuk diisi. Kegiatan ini berlangsung hingga jumlah sampel yang ditetapkan terpenuhi.

3.7. Teknik Analisis

1. Uji Instrumen

Sebelum angket disebar kepada responden terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Validitas instrument diuji dengan korelasi Pearson product moment. Cronbach Alpha untuk pengujian reliabilitas kuessioner.

2. Analisis Faktor Eksploratori.

Supranto.J, 2004, Analisis faktor eksploratori akan digunakan untuk mereduksi komponen-komponen modal sosial yang mempengaruhi kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba. Model dalam bentuk matrik sebagai berikut:.

$$X(p \times 1) - \mu = L(p \times m)F(m \times 1) + \varepsilon p$$

Keterangan:

X = vektor variabel asal

μ = vektor rata-rata variabel asal

l = matrik loading factor

F = vektor faktor bersama

ε = vektor faktor spesifik

Pembentukan model di atas dilakukan berdasarkan asumsi-asumsi berikut:

a. $E(F) = 0(m \times 1)$

b. $Cov(F) = E(FF^c) = I(m \times m)$

c. $E(\varepsilon) = 0(p \times 1)$

d. $Cov(\varepsilon) = E(\varepsilon\varepsilon^c) = \Psi(p \times p) =$

$$\begin{bmatrix} \Psi_1 & 0 & \dots & 0 \\ 0 & \Psi_1 & \dots & 0 \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & 0 & \dots & \Psi_p \end{bmatrix}$$

$$e. Cov(\varepsilon, F) = E(\varepsilon F^c) = 0(p \times m)$$

Anwar Hidayat, 2014, Tahapan analisis faktor eksploratori yakni: Pemeriksaan matriks korelasi dengan Uji Bartlett, Uji KMO, dan Uji MSA; Ekstraksi faktor; Rotasi faktor; Menghitung skor faktor; Uji validitas faktor.

IV. Hasil dan Pembahasan

4.1. Uji validitas dan reliabilitas instrumen

Pengujian terhadap 20 variabel terukur atau komponen modal sosial yang mempengaruhi kepuasan wisatawan (A1 – A20), tereliminasi sebanyak 3 variabel. Tahapan kajian selanjutnya menggunakan 17 variabel.

4.2. Uji kelayakan data

Berdasarkan uji kelayakan data dengan Uji Bartlett, Uji KMO, dan Uji MSA, diperoleh 15 variabel yang layak untuk diproses pada tahapan berikutnya. Sebanyak 2 variabel dieliminir karena tidak layak.

4.3. Rotated Component Matrix

Setelah dilakukan rotasi faktor dengan metode varimax, diperoleh tabel 1 seperti yang tertera dibawah ini, yaitu Rotated Component Matrix. Terdapat perbedaan nilai korelasi variabel dengan setiap faktor sebelum dan sesudah Tabel 1 Rotated Component Matrix

dilakukan rotasi varimax. Terlihat bahwa loading faktor yang dirotasi telah memberikan arti sebagaimana yang diharapkan dan setiap faktor sudah dapat diinterpretasikan dengan jelas. Terlihat pula bahwa setiap variabel hanya berkorelasi kuat dengan salah satu faktor saja (tidak ada variabel yang korelasinya < 0,5 di ketiga faktor). Dengan demikian, lebih tepat digunakan loading faktor yang telah dirotasi sebab setiap faktor sudah dapat menjelaskan keragaman variabel awal dengan tepat dan hasilnya sebagai berikut:

Faktor 1, beberapa variabel yang memiliki korelasi/pengaruh yang kuat dengan faktor 1, yaitu variabel A1, A2, A3, A4, A5, dan A6. Dengan besar loading factors masing 0.830, 0.722, 0.729, 0.801, 0.749, dan 0.708

Faktor 2, terdapat beberapa variabel yang memiliki korelasi/pengaruh yang kuat dengan faktor 2, yaitu variabel A8, A9, A10, dan A11 dengan loading faktor masing-masing 0.544, 0.862, 0.897, 0.893.

Faktor 3, dalam faktor ini tiga variabel yang memiliki korelasi/pengaruh yang kuat dengan faktor 3, yaitu variabel A12, A13, A14, A15, dan A15 dengan loading faktor masing-masing 0.692, 0.825, 0.575, 0.779, dan 0.566.

No.	Variabel	Component		
		1	2	3
1	A1	0.830	0.150	0.143
2	A2	0.722	0.183	0.060
3	A3	0.729	0.205	0.031
4	A4	0.801	0.066	0.082
5	A5	0.749	0.083	0.344
6	A6	0.708	0.089	0.245
7	A8	0.271	0.544	0.521

No.	Variabel	Component		
		1	2	3
8	A9	0.159	0.862	0.105
9	A10	0.170	0.897	0.150
10	A11	0.238	0.893	0.025
11	A12	0.202	0.509	0.692
12	A13	0.067	0.073	0.825
13	A14	0.220	0.519	0.575
14	A15	0.213	-0.007	0.779
15	A16	0.118	-0.565	0.566

Sumber: Diolah dari rekap kuessioner EFA, 2018

4.4. Uji Validitas Loading Factor

Uji validitas dimaksudkan untuk memastikan faktor loading sampel dapat digunakan untuk populasi. Teknik yang digunakan yakni dengan membagi sampel menjadi dua bahagian. Bagian sampel direduksi apakah hasil sama dengan

reduksi sampel keseluruhan. Hasil reduksi / analisis faktor dengan setengah bagian dari 170 sampel (85 wisatawan) disajikan berikut ini.

1. KMO and Bartlett's Test Validitas
 Nilai KMO tetap baik sesudah reduksi kembali dilakukan . Lihat tabel 2

Tabel 2 KMO and Bartlett's Test Validitas

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.841
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	797.030
	df	105
	Sig.	0.000

Sumber: Diolah dari rekap data kuessioner AFE, 2018

Nilai KMO tetap baik dengan nilai 0.841. Bartlett's test menunjukkan angka signifikan $0.000 < 0.05$. Dari aspek KMO and Bartlett's Test Loading factor sampel dapat digunakan untuk populasi.

2. Measures of Sampling Adequacy(MSA) Validitas

Reduksi faktor dilakukan kembali dengan sampel sebanyak 85 responden. hasilnya Seluruh variabel memiliki Measures of Sampling Adequacy(MSA) > 0.5 . atau sama dengan sebelum responden dibagi dua kelompok. Lihat tabel 3. Berdasarkan MSA faktor loading, Justifikasi dalam sampel dapat digunakan untuk populasi

Tabel 3 MSA validitas

No	Variabel	Cut off	Measures of Sampling Adequacy(MSA)	Justifikasi

No	Variabel	Cut off	Measures of Sampling Adequacy(MSA)	Justifikasi
1	A1	> 0.500	0.843	Bisa diprediksi /analisis lanjut
2	A2	> 0.500	0.857	sda
3	A3	> 0.500	0.839	sda
4	A4	> 0.500	0.876	sda
5	A5	> 0.500	0.906	sda
6	A6	> 0.500	0.950	sda
7	A8	> 0.500	0.887	sda
8	A9	> 0.500	0.806	sda
9	A10	> 0.500	0.728	sda
10	A11	> 0.500	0.743	sda
11	A12	> 0.500	0.817	sda
12	A13	> 0.500	0.764	sda
13	A14	> 0.500	0.911	sda
14	A15	> 0.500	0.817	sda
15	A16	> 0.500	0.893	sda

Sumber: Diolah dari rekap kuessioner, 2018

3. Total Variance Explained

Total variance explained yang dihasilkan menyajikan tiga faktor utama yang terbetuk. Lihat tabel 4. Faktor 1 dengan total initial eigenvalues sebesar 6.370; Faktor 2 dengan total initial eigenvalues sebesar 2.342; Faktor 3

dengan total initial eigenvalues sebesar 1.477. Tiga faktor utama yang terbentuk sesudah responden dibagi dua. Hasilnya sama dengan jumlah faktor utama sebelum responden dibagi dua. Aspek ini membuktikan faktor loading sampel dapat digunakan untuk populasi.

Tabel 4 Total Variance Explained Validitas

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.370	42.468	42.468	6.370	42.468	42.468	3.780	25.201	25.201

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
2	2.342	15.614	58.082	2.342	15.614	58.082	3.751	25.007	50.208
3	1.477	9.848	67.930	1.477	9.848	67.930	2.658	17.722	67.930
4	.821	5.471	73.401	-					
5	.742	4.944	78.345						
6	.580	3.866	82.211						
7	.531	3.541	85.752						
8	.478	3.187	88.938						
9	.409	2.728	91.666						
10	.348	2.323	93.989						
11	.270	1.800	95.789						
12	.220	1.466	97.255						
13	.194	1.296	98.550						
14	.127	.847	99.398						
15	.090	.602	100.000						

Sumber: Diolah dari rekap kuesioner EFA, 2018

4. Uraian Factors Loading dan Komponen Utama.

a. Uraian Factors Loading

Seluruh variabel hasil ekstraksi dengan teknik analisis faktor memiliki factors loading diatas 0.5. Kelimabelas variabel itu yakni: Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang jujur memiliki pengaruh yang kuat nilai factors loading sebesar 0.830; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang terbuka/transparan memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.722; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang bersifat adil terhadap sesama

memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.729 ; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang peduli memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.801; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang saling berbagi memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.749; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang saling melindungi memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.708; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Batak Toba memiliki

pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.544; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Simalungun memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.862; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Pakpak Dairi memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.897; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Karo memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.893 ; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba tidak mengakui nilai-nilai adat memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.692; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang ateis memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.825; Merasa puas

dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang relijius memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.575; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang memiliki kekerabatan marga memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.779 ; Merasa puas dengan dengan marga yang menunjukkan asal-muasal/silsilah seseorang dalam masyarakat di kawasan Danau Toba memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai factors loading sebesar 0.566. Seluruh variabel dengan factors loading yang dimiliki masing-masing disajikan pada tabel 5 Factors loading tertinggi terdapat pada variabel A10 (Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Pakpak Dairi) sebesar 0.897. Factors loading terendah dimiliki oleh variabel Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Batak Toba.

Tabel 5 Faktor-Variabel-Loading Faktor

No.	Faktor	Variabel	Loading Factors	Deskripsi
1	1	A1	0.830	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang jujur
2		A2	0.722	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang terbuka/transparan
3		A3	0.729	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang bersifat adil terhadap sesama
4		A4	0.801	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang peduli
5		A5	0.749	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang saling berbagi
6		A6	0.708	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang saling melindungi
7	2	A8	0.544	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Batak Toba
8		A9	0.862	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat

No.	Faktor	Variabel	Loading Factors	Deskripsi
				Simalungun
9		A10	0.897	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Pakpak Dairi
10		A11	0.893	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Karo
11	3	A12	0.692	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba tidak mengakui nilai-nilai adat
12		A13	0.825	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang ateis
13		A14	0.575	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang religius
14		A15	0.779	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang memiliki kekerabatan marga
15		A16	0.566	Merasa puas dengan dengan marga yang menunjukkan asal-muasal/silsilah seseorang dalam masyarakat di kawasan Danau Toba

Sumber: Diolah dari rekap kuessioner, 2018

Rata-rata loading factor 1 sebesar 0.76; Rata-rata loading factor 2 sebesar 0.53; Rata-rata loading factor 3 sebesar 0.69. Diantara ketiga komponen utama yang terbentuk, faktor loading 1 paling tinggi hubungannya dengan modal sosial yang mempengaruhi kepuasan wisatawan.

b. Komponen Utama

Komponen utama yang terbentuk dan telah diuji validitasnya terdiri dari 3 (tiga) komponen utama yakni faktor 1, faktor 2, dan faktor 3. Lihat tabel 6. Ketiga komponen utama atau faktor dibentuk oleh 15 variabel. Faktor 1 meliputi 6 variabel, yakni: Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang jujur; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang terbuka/transparan; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang bersifat adil terhadap

sesama; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang peduli; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang saling berbagi; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang saling melindungi.

Keenam variabel dapat disatukan kedalam satu komponen utama yakni: Kepuasan wisatawan terhadap kepercayaan masyarakat di kawasan Danau Toba. Dengan kata lain, terdapat pengaruh kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan Danau Toba.

Faktor 2 mencakup 4 (empat) variabel, yakni: Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Batak Toba; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Simalungun; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung

tinggi nilai-nilai adat Pakpak Dairi; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Karo.

Keempat variabel dalam faktor dua dapat disatukan dalam sebuah komponen utama,

Tabel 6 Komponen utama

No	Variabel	No	Faktor Utama
1	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang jujur	1	Kepuasan wisatawan terhadap kepercayaan masyarakat di kawasan Danau Toba
2	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang terbuka/transparan		
3	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang bersifat adil terhadap sesama		
4	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang peduli		
5	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang saling berbagi		
6	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang saling melindungi		
7	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Batak Toba	2	Kepuasan wisatawan terhadap norma masyarakat di kawasan Danau Toba
8	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Simalungun		
9	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Pakpak Dairi		
10	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba menjunjung tinggi nilai-nilai adat Karo		
11	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba tidak mengakui nilai-nilai adat	3	Kepuasan wisatawan terhadap jaringan sosial masyarakat di kawasan Danau Toba
12	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang ateis		
13	Merasa puas dengan masyarakat kawasan		

yakni: Kepuasan wisatawan terhadap norma masyarakat di kawasan Danau Toba. Dengan kata lain, terdapat pengaruh norma yang hidup dalam masyarakat terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba.

No	Variabel	No	Faktor Utama
	Danau Toba yang religius		
14	Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang memiliki kekerabatan marga		
15	Merasa puas dengan dengan marga yang menunjukkan asal-muasal/silsilah seseorang dalam masyarakat di kawasan Danau Toba		

Sumber: Diolah dari rekap kuessioner, 2018

Faktor 3 meliputi 5 variabel yakni: Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba tidak mengakui nilai-nilai adat; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang ateis; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang religius; Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang memiliki kekerabatan marga; Merasa puas dengan dengan marga yang menunjukkan asal-muasal/silsilah seseorang dalam masyarakat di kawasan Danau Toba.

Variabel merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba tidak mengakui nilai-nilai adat merupakan kebalikan dari variabel tentang kepuasan terhadap nilai-nilai adat dalam masyarakat di kawasan Danau Toba. Jadi variabel ini pada faktor 3 dapat dianggap tidak ada. Variabel merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang ateis merupakan kebalikan dari variabel merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang religius. Oleh sebab itu variabel ini dapat dianggap tidak bermakna pada faktor 3.

Variabel-variabel yang bermakna membentuk faktor 3 yakni: Merasa puas dengan masyarakat kawasan Danau Toba yang memiliki kekerabatan marga; Merasa puas dengan dengan marga yang menunjukkan asal-muasal/silsilah seseorang dalam masyarakat di kawasan Danau Toba. Aspek dalam faktor 3 meliputi kekerabatan marga dan silsilah dalam masyarakat.

Variabel-variabel yang membentuk faktor 3 dapat disatukan menjadi faktor Kepuasan wisatawan terhadap jaringan sosial masyarakat di kawasan Danau Toba. Dengan kata lain, Jaringan sosial masyarakat berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba.

Terdapat pengaruh norma yang hidup dalam masyarakat terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba; Terdapat pengaruh norma yang hidup dalam masyarakat terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba; Jaringan sosial masyarakat berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba. Mengacu kepada ketiga aspek tersebut dapat disebut bahwa kepercayaan, norma, dan jaringan sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatan di kawasan Danau Toba. Ketiga dimensi ini disebut modal sosial. Modal sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba.

V. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

1. Modal sosial yang berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan meliputi 15 komponen.
2. Ekstraksi terhadap komponen-komponen menghasilkan 3 komponen utama
3. Komponen utama mencakup: Kepuasan wisatawan terhadap kepercayaan masyarakat di kawasan Danau Toba; Kepuasan wisatawan terhadap norma masyarakat di

kawasan Danau Toba; Kepuasan wisatawan terhadap jaringan sosial masyarakat di kawasan Danau Toba.

4. Rerata factors loading komponen 1 paling tinggi.

5.2. Saran

1. Pihak-pihak terkait penting memperhatikan modal sosial masyarakat di kawasan Danau Toba dalam rangka memuaskan wisatawan
2. Pemeliharaan dan peningkatan kepuasan wisatawan terhadap kepercayaan masyarakat di kawasan Danau Toba agar lebih diutamakan dalam pengembangan modal sosial.
3. Penelitian sejenis dalam konteks yang sama diperlukan pada masa yang akan datang untuk mengevaluasi perubahan yang terjadi di kalangan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Alam, Syed Shah., Mohd, R., dan Hisham, B.,(2011). Is Religiosity an Important Determinant on Muslim Consumer Behaviour in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing* vol. 2 No. 1, 2011, pg. 83-96.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. 2000. Quality, satisfaction, and behaviour intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3) 785-804.
- Biro Pusat Statistik Sumatera utara, 2018, Sumatera Utara Dalam Angka 2017
- Hadiapurwa, Hadiapurwa,2015, <https://dhyrachmaa.wordpress.com/tag/tujuan-penelitian-eksploratif/>
- Hair, J. F., Black., Anderson, R.L. dan Tatham, W.C. 1998. *Multivariate Data Analysis with Reading*, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Hermawan, Asep. Tanpa tahun. *Penelitian Bisnis-Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT.Grasindo. ISBN 979-759-542-0, 9789797595425.
- Hidayat , Anwar , 2014, Interpretasi Analisis Faktor dengan SPSS, <https://www.statistikian.com/2014/03/interpretasi-analisis-faktor-dengan-spss.html>
- Kotler. P. dan G. Amstrong. 2006, *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi kesembilan*. Penerbit PT. Indeks Kel. Gramedia. Jakarta
- Liputan 6, 2017, <https://www.liputan6.com/>
- Putnam R. 1993. *The Prosperous Community, Sosial Capital and Public Life*. *The American Prospect*, 13-65-78
- Supranto,J, 2004, *Analisis Multivariat: Arti dan Intepretasi*, Jakarta, Rineka Cipta
- Suwantoro. ,2009,. *Pariwisata*. Jakarta: Edisi Pertama Kepustakaan Populer Gramedia.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Andi.
- Uphoff, Norman 2000. *Understanding Sosial Capital: Learning from the Analysis and Experience of Participation*. Mansholt Institut Wegenigen,
- Wem Poli, 2007, *Filsafat Ilmu, Pemikiran ekonomi dan penelitian mahasiswa program doktor Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin Makassar*
- Yudananto, W., Remi, S. S., dan Muljarijadi, B. 2013. *Peranan Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Daerah Di Indonesia (Analisis Interregional Input-Output)*. Laporan penelitian, Universitas Padjadjaran, Bandung
- Zeithaml. Valarie, Bitner & Gremler. 2009. *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw Hill