

Faktor penentu kepuasan wisatawan dalam mengikuti program cooking class pada restoran di ubud bali

I Kadek Suara Adi Saputra¹⁾, Ni Made Ariani, S.E., M.Par²⁾,
Ni Nyoman Sri Aryanti, SST.Par., M.Par.³⁾

Fakultas Pariwisata Universitas Udayana

Telp/Fax: 62 361 223798, E-mail: kadeksuaraadisaputra@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya persaingan harga serta promosi yang dialami oleh restoran yang memiliki program *cooking class* di Ubud, sehingga terjadi penurunan jumlah wisatawan yang mengikuti program *cooking class*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor penentu kepuasan wisatawan dalam mengikuti program *cooking class* pada *restaurant* di Ubud Bali. Data yang diperoleh pada penelitian ini didapatkan dari hasil observasi, wawancara, kuesioner, tinjauan pustaka dan dokumentasi. Teknik penentuan sampel menggunakan *quota sampling*, dan teknik penentuan responden dengan menggunakan *accidental sampling* dari jumlah sampel sebanyak 75 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dengan *skala likert* dan statistik inferensial, yang meliputi : uji validitas, uji reliabilitas dan analisis faktor yang didukung dengan program SPSS (Statistical Package for Sosial Science) 17.0. Faktor penentu kepuasan wisatawan dalam mengikuti program *cooking class* terdiri dari faktor *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible*, dengan masing-masing variabel memiliki 3 indikator yaitu: instruktur, materi, metode. Adapun total faktor tersebut berjumlah 15 faktor. Berdasarkan nilai Measure of Sampling asequancy (MSA) lebih dari 0,5 sehingga dapat dilanjutkan untuk analisis faktor maka dari itu tidak ada faktor yang terbuang. Berdasarkan analisis faktor didapatkan hasil bahwa terdapat 6 faktor penentu kepuasan wisatawan mengikuti program *cooking class* pada restoran di Ubud Bali dengan nilai *loading factor* sebesar 60,407%. Faktor pertama adalah Keahlian Instruktur dengan nilai 2,453, Faktor ke - 2 Isi Materi dengan nilai 1,771, Faktor ke - 3 Instruktur dengan nilai 1,480, Faktor ke - 4 Metode Pengajar dengan nilai 1,245, Faktor ke - 5 Materi dengan nilai 1,092, serta Faktor 6 Empati Instruktur dengan nilai 1,020. Berdasarkan keenam faktor tersebut, faktor dominan penentu kepuasan wisatawan mengikuti program *cooking class* pada restoran di Ubud Bali adalah faktor keahlian instruktur dengan nilai *eigenvalue* 2.453 dan memiliki nilai *variance* sebesar 16.354%, hal ini diperkuat dengan hasil kuesioner yang disebarkan ke wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan untuk pihak restoran yang memiliki *cooking class* harus lebih memperhatikan faktor empati instruktur karena dengan memberikan rasa empati yang sesuai dengan yang diharapkan oleh wisatawan dapat lebih menarik minat wisatawan dalam mengikuti program *cooking class*.

Kata kunci: Kepuasan Wisatawan, Program *Cooking Class*, Restoran.

Abstract

This research the back ground this of the price and promotion competition against the restaurant that has cooking class program in Ubud, than resulting in a decrease the number of tourist who following *cooking class* program. The aims of this research is to know determinants factor of tourist satisfaction following *cooking class* program at restaurant in Ubud, Bali. Data that obtained in this research come from observation, interviews, questioner, and review from literature. Technique determination of sample used is quota sampling with 75 respondent number of sample. Data analysis technique used is statistic descriptive, likert scale, statistic inferential, validation test, reliability test with SPSS 17.0 and factor analysis. Based The determinant factor of tourist satisfaction following *cooking class* program consist wist reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible, with each variable has 3 indicators such as: instructor, material, and method. The total factors are 15 factors. Based the value of Masure of Sampling Asequancy (MSA) is more than 0.5.so it can be continue for factor analysis hence there is no factor wasted. Based on factor analysis obtained six factors which influence tourist satisfaction following *cooking class* program at restaurant in Ubud Bali with loading factor value 60,407%. First factor is Instructor Skill with value 2,453, second factor is Contents of Material with value 1,771, Third factor is Instructor with value 1,480, Fourth factor is Teaching Methods with value 1,245, Fifth factor is Material with value 1,092 and the sixth factor is Empathy of Instructor with value 1,020. From the six factor, the dominant factor which determinant tourist satisfaction following *cooking class* program at restaurant in Ubud Bali is Instructor Skill with *eigenvalue* 2,453 and has percent of variance value 16.354%. Based the result of this research, the suggestion that propose for owner of restaurant who has *cooking class* program

should more attend the empathy of instructor because with give a sense of empathy that is expected by tourist can attract tourist interest following *cooking class* program.

Keywords: *Tourist Satisfaction, Cooking class Program, Restaurant.*

1. PENDAHULUAN

Salah satu daerah tujuan wisata yang terkenal di Indonesia adalah Bali. Perkembangan pariwisata di Bali sendiri mengalami peningkatan semenjak 5 tahun terakhir. Ada banyak daya tarik wisata di Bali yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung, karena itu Bali merupakan salah satu destinasi yang paling diminati oleh wisatawan mancanegara dibandingkan propinsi lainnya yang ada di Indonesia. Kabupaten Gianyar merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Bali, yang memiliki berbagai objek wisata yang kaya akan kekhasan seni, budaya, kerajinan, keindahan alam dan serta berbagai aktivitas industri dan kerajinan seni. Kerajinan seni yang dimiliki Ubud ialah : lukisannya, patung-patung, kerajinan tangan, gambelan (Musik Tradisional), dan tarian. Terdapat beberapa museum yang terkenal di Ubud seperti: Neka art Museum, Lempad Gallery, Museum Puri lukisan dan Antonio Blanco Gallery dimana hal tersebut menjadi daya tarik bagi wisatawan. Berikut Tabel kunjungan wisatwan ke daya tarik wisata di Ubud 2011 sampai 2017.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik ke Daya Tarik Wisata di Ubud tahun 2012-2016.

No	Nama Obyek Wisata	2012		2013		2014		2015		2016	
		Asing	Domestik	Asing	Domestik	Asing	Domestik	Asing	Domestik	Asing	Domestik
1	Rafting Adventure	23,113		27,082		35,51		38,263		39,145	
2	Rafting Sobek	19,233	4,16	9,065	1,944	6,234	566	9,289	1,930	14,115	2,301
3	Museum Rudana	7,740	6,934	2,960	3,89	2,403	2,263	1249	1144	1,685	1,481
4	Museum Neka	35,855	3,48	37,000	4,403	30,613	3,019	20,001	1,590	15,224	1,889
5	Museum Arma	17,338	554	23,400	297	23,71	666	27,271	642	25,422	1,127
6	Museum Ratna Warta	29,265	1,785	35,087	1,659	42,379	2,266	45,141	1,486	55,136	1,632
7	Museum Antonio Blanco	20,950	20,301	23,045	21,502	23,069	19,706	22,726	19,742	23,507	20,203
8	Museum Arkeologi Gedung Arca					1,259	14,363	1,823	7,235	1,021	3,912
9	Monkey Forest Ubud									665,303	
Jumlah		153,494	590,66	157,639	330,398	165,177	1273,617	1413,514	1817,983	840,558	32,545

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar (2017)

Berdasarkan pada Tabel 1. merupakan kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata di Ubud selama 5 tahun terakhir. Rata- rata mengalami peningkatan di setiap tahunnya per daya tarik wisata yang di Ubud namun daya tarik yang dominan dikunjungi adalah museum dan rafting. Kecamatan Ubud merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang banyak dikunjungi wisatawan mancanegara. Kecamatan Ubud terdiri dari 6 desa adat yaitu : desa pekraman junjungan, desa pekraman tegallantang, desa pekraman beentuyung, desa pekraman padang tegal, desa pekraman taman kaja, dan desa pekraman Ubud. Kecamatan Ubud menawarkan keindahan alam dan budaya yang memikat, Seiring dengan berkembangnya daya tarik wisata di Ubud maka jumlah sarana akomodasi yang juga semakin banyak salah satunya adalah restoran. Restoran itu sendiri merupakan salah satu jasa akomodasi yang menyediakan makanan dan minuman selain itu Ubud juga sebagai salah satu sentral wisata kuliner sehingga banyaknya restoran yang tumbuh di Ubud. Berikut jumlah perkembangan restoran di Ubud.

Tabel 2. Perkembangan Restoran/Rumah Makan di Ubud pada Tahun 2009-2014

Tahun	Jumlah Restoran	Seat (Tempat Duduk)	Pertumbuhan restoran %
2009	209	9,876	-
2010	207	9,844	-0,97
2011	207	9,777	0,00
2012	203	9,556	-1,97
2013	343	13,955	68,96
2014	355	14,233	3,50
Rata-rata	254	11,207	69,42

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Gianyar (2015)

Berdasarkan data pada Tabel 2 terlihat jumlah perkembangan restoran di Ubud mengalami penurunan tertinggi pada tahun 2012 sebesar 1,97%., dan peningkatan terjadi pada tahun 2013 sebesar 68,96 hal ini disebabkan oleh mulai meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Ubud, sehingga pihak masyarakat lokal maupun asing tertarik untuk mendirikan restoran. Restoran yang berkembang di Ubud adalah jenis restoran forman maupun informal. Beragam menu yang ditawarkan oleh restoran yang didirikan oleh masyarakat lokal maupun asing adalah menu masakan lokal. Salah satu contoh restoran yang menawarkan kuliner lokal yang banyak diminati wisatawan di Ubud adalah : Babi Guling Ibu Oka, Nasi Kedewatan, Bebek Bengil, Warung Teges, Warung Puri. Banyaknya jumlah restoran khususnya restoran di Ubud tentu saja meningkatkan persaingan restoran yang ada di daerah Ubud, sehingga restoran-restoran di daerah Ubud harus mampu menyajikan sesuatu yang berbeda agar bisa bersaing dengan restoran lainnya di daerah Ubud. Beberapa restoran menyediakan pemandangan sawah, pemandangan sungai, makanan dengan bahan dasar yang unik, maupun menyajikan makanan Tradisional Bali, tidak hanya itu beberapa restoran juga berani menawarkan sesuatu yang berbeda dari yang lain, salah satunya adalah program *cooking class* atau kelas memasak. Para wisatawan ditawarkan dengan paket *cooking class* seperti masakan Tradisional Bali, sehingga bisa menggugah keinginan wisatawan untuk mengetahui kuliner tradisional Bali, namun saat ini banyak restoran di Ubud yang memiliki program *cooking class*, sehingga menimbulkan persaingan antara restoran-restoran tersebut. Hal ini dapat dilihat tabel jumlah restoran yang memiliki program *cooking class* di Ubud. Berikut tabel restoran yang membuka program *cooking class*.

Tabel 3. Jumlah Restoran yang Memiliki Program *Cooking class* Tahun 2015

No	Restoran	Alamat	Number Telepon	Harga / Pax	Keuntungan
2	Casa Luna Cooking School	Honeymoon Guesthouse, Jl Bisma, Kec. Gianyar Indonesia	62361973282	Rp 400,000 US\$ 30.00	
3	Jambangan Bali <i>Cooking class</i>	Jl. Kelabang Moding, Ubud, Kec. Gianyar, Bali, Indonesia	6281338344388	Rp 350,000 US\$ 26.50	Guest can choose from either morning or afternoon class
4	Lobong Culinary Experience Bali	Jl. Raya Kedewetan, Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali, Indonesia	628123651778	Rp 375,000 US\$ 28.40	There is a prevailing 10% service charge

5	Paon Bali	Kab. Gianyar, 80552, Indonesia, Jl. Raya Laplapan, Ubud, Bali, Indonesia	6281337939095	Rp 350,000 US\$ 26.50	Hot in demand due to its number one ranking on Trip Advisor's Classes & Workshop in Ubud
6	Payuk Bali <i>Cooking class</i>	Jalan Laplapan, Banjar Laplapan, Ubud, Bali, Indonesia	62361898754	Rp 350,000 US\$ 26.50	
7	Bumbu Bali Restaurant & Cooking School	Jalan Suweta 1, Ubud Kaja, Ubud Indonesia	62361974217	Rp 125,000 Rp 120,000 US\$ 95.00 US\$ 85.00	Hosted by Heinz von Holzen, author of five highly acclaimed cookbooks.

Sumber: Hasil Pengolahan data Sekunder (Badan Statistik Kab.Gianyar) (2015).

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat program *cooking class* yang dimiliki kelurahan ubud berjumlah 7 restoran yang masing-masing restoran menawarkan berbagai macam harga jual paket *cooking class* dan serta keuntungan yang di dapatkan oleh wisatawan yang membeli paket program *cooking class* yaitu berbagai jenis. Program *cooking class* pertama kali dibentuk pada tahun 1994 oleh salah satu restoran di Ubud. Namun seiring berjalannya waktu program *cooking class* yang dibentuk pada tahun 1994 belum populer. Pertumbuhan program *cooking class* di Ubud baru mulai banyak dikenal pada tahun 2010 hingga sekarang. Wisatawan yang dominan berkunjung ke Ubud adalah wisatawan Eropa, Asia. Wisatawan Eropa kebanyakan wisatawan Perancis dan Australia sedangkan Asia kebanyakan Cina. Wisatawan yang dominan mengikuti program *cooking class* adalah Eropa. Hal ini dapat di lihat pada tabel jumlah wisatawan yang mengikuti program *cooking class* di Ubud pada Tabel 4

Tabel 4. Jumlah Wisatawan yang Mengikuti Program *Cooking Class* di Ubud Tahun 2010 - 2015

Tahun	Jumlah Wisatawan (Orang)	Pertumbuhan %
2010	16,425	-
2011	16,060	-2,22
2012	14,600	-9,09
2013	13,140	-10,00
2014	10,950	-16,67
2015	10,220	-6,67
Total	81,395,5	-44,65
Rata-rata	13,566	-7,44

Sumber : Lurah Ubud (2016)

Berdasarkan Tabel 4 terlihat jumlah wisatawan yang mengikuti program *cooking class* di Ubud mengalami penurunan sebesar 44,65 atau rata-rata sebesar 7,44 %. Jumlah wisatawan yang mengikuti program *cooking class* di Ubud setiap tahun mengalami penurunan, hal disebabkan karena banyaknya persaingan yang dialami oleh restoran di Ubud. Persaingan yang dialami oleh restoran tersebut adalah persaingan harga, beserta persaingan dalam memasarkan program *cooking class* beserta bersaing dalam memberikan kepuasan kepada wisatawan melakukan *cooking class*, maka perlu ditingkatkan kepuasan wisatawan supaya jumlah wisatawan yang mengikuti program *cooking class* semakin meningkat, karena kepuasan wisatawan merupakan hal yang paling penting dalam usaha atau bisnis yang dijalani. Berdasarkan uraian diatas maka penting untuk mengadakan penelitian terkait

dengan faktor penentu kepuasan wisatawan dalam mengikuti program *cooking class* pada restoran di Ubud.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, kuesioner, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Teknik penentuan sampel ditentukan dengan menggunakan teknik *Quota sampling* dan teknik penentuan responden yang digunakan adalah *insidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dengan *skala likert* dan statistik inferensial, yang meliputi : uji validitas, uji reliabilitas dan analisis faktor yang didukung dengan program SPSS (Statistical Package for Sosial Science) 17.0.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

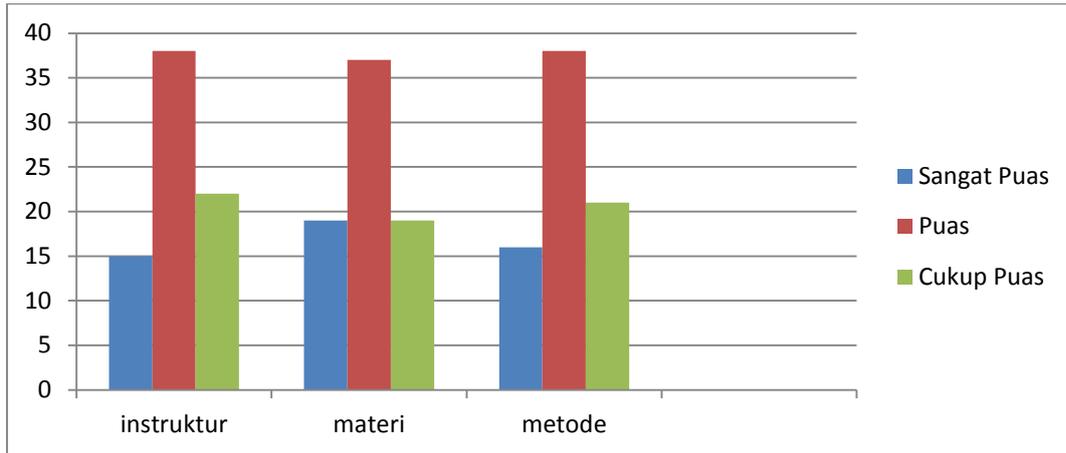
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kelurahan Ubud merupakan salah satu kelurahan yang berada di kabupaten Gianyar. Awalnya kelurahan Ubud awalnya bernama *Wos*. *Wos* berasal dari nama sungai yang telah bercampur melekat menjadi nama desa / permukiman warga pada jaman itu. Ubud sendiri berasal diambil dari isi lontar markandeya purana, *Wos* ngaran “*Usadi*”, *Usadi* ngaran “*Usada*”, dan *Usada* ngaran “*Ubad*”, dari kata *ubad* ini diartikan menjadi Ubud. Dalam perkembangannya Kelurahan Ubud pernah dipimpin oleh 17 pemimpin dan pada saat ini dipimpin oleh I Wayan Parmadi, S.IP.,M.A.P. Kelurahan Ubud ini memiliki luas wilayah yaitu 779, 92 ha atau 7,8 km² dengan jumlah penduduk yaitu sebesar 12.145 jiwa. Semenjak datangnya seorang seniman yang berasal dari Jerman dan Belanda yang diajak bekerja sama dengan *Cokorda Raka Sukawati* dan membuat suatu organisasi yang bernama *Pita Maha*. Semenjak itu Ubud banyak memiliki museum lukisan dan kemudian berkembangnya *arop-arsop* pribadi yang menjual hasil karya dari seniman Ubud, kemudian muncullah beberapa akomodasi seperti 4 hotel, satu penginapan dan belasan galeri maka semenjak itu lah Ubud menjadi resort dan pariwisata yang semakin berkembang sejak tahun 1976.

Program *cooking class* pertama kali dibentuk pada tahun 1994 oleh salah satu restoran di Ubud. Namun seiring berjalannya waktu program *cooking class* yang dibentuk pada tahun 1994 belum populer. Sedangkan pertumbuhan program *cooking class* di Ubud baru mulai banyak dikenal pada tahun 2010 hingga sekarang. Penyebab banyaknya program *cooking class* di Ubud, karena minat wisatawan terhadap program *cooking class*, selain wisatawan bisa belajar tentang kuliner, wisatawan juga bisa menikmati masakan yang wisatawan buat sendiri, dibandingkan dengan makan di restoran dengan seharga program *cooking class* maka dari itu banyak wisatawan untuk memilih program *cooking class*. Program *cooking class* sendiri biasanya dilaksanakan setiap hari dari pukul 10.00 pagi hingga jam 12.00 siang. Pengajar dari program *cooking class* sendiri berbagai macam baik itu dari karyawan restoran langsung dan ada juga yang pengajarnya dari luar restoran. Seperti restoran *Casaluna* yang pengajar *cooking class* yang bukan dari karyawan restoran dan restoran yang lain seperti *Lobong*, *Paon Bali*, *Payuk Bali Jambang* pengajar *cooking class* yang notabene dari restoran sendiri menurut *Made Suparte* selaku narasumber penelitian ini.

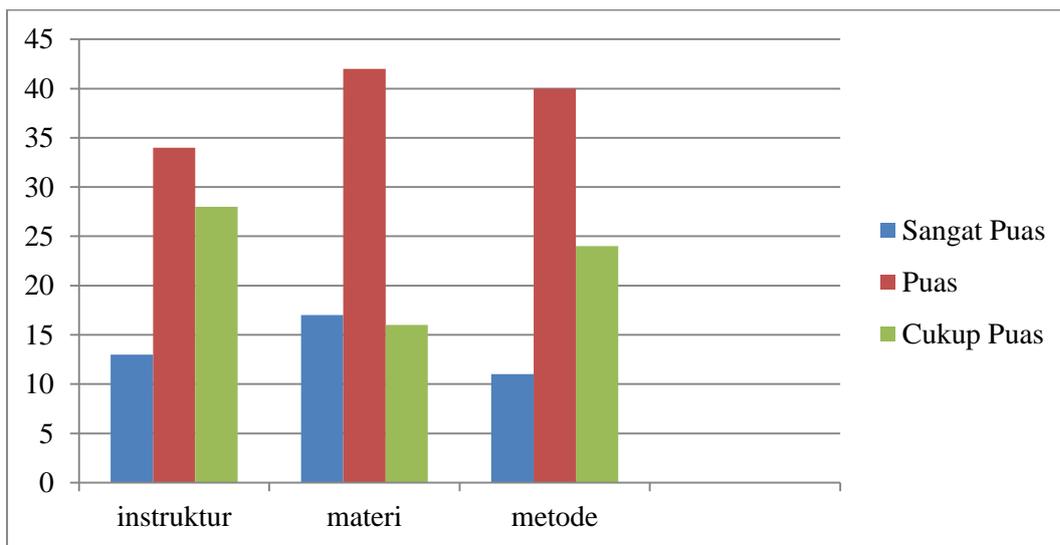
3.2 Kepuasan Wisatawan dalam Mengikuti Program *Cooking class*.

Persepsi wisatawan yang mengikuti program *cooking class* di restoran yang berada di kelurahan Ubud. kuesioner yang disebarkan terdiri dari lima variabel yaitu *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, *Tangible*. Berdasarkan variabel *Reliability* yang terdiri dari indikator instruktur, materi dan metode diperoleh hasil persepsi seperti disajikan pada tabel berikut.



Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

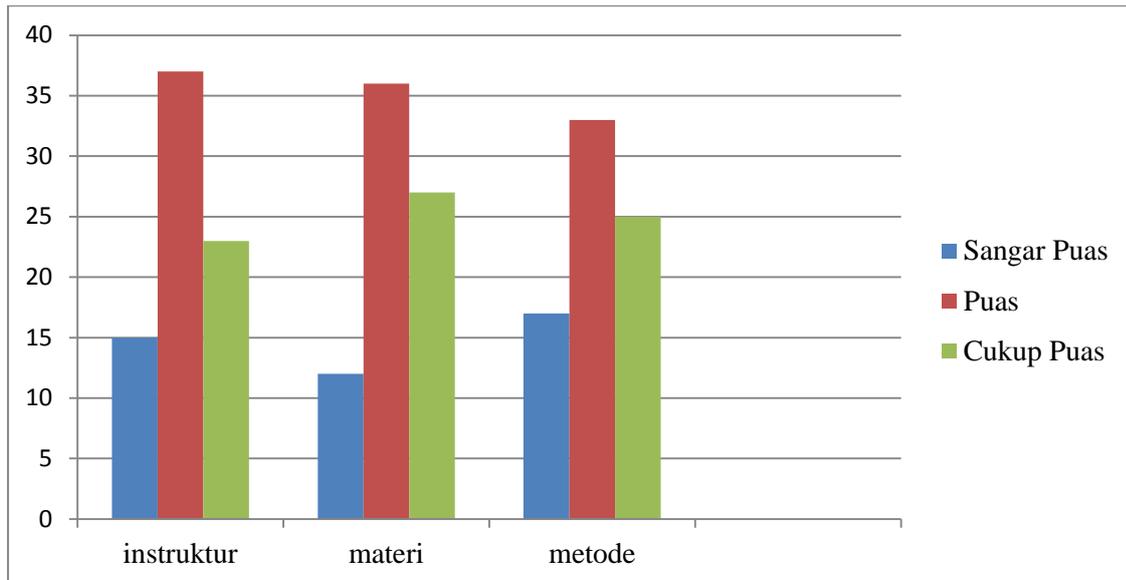
Berdasarkan Gambar 1 persepsi wisatawan terhadap faktor penentu kepuasan wisatawan menurut variabel *Reliability* (keandalan) menyatakan secara keseluruhan dengan total nilai 3,94 yang masuk dalam kategori puas. Berdasarkan indikator variabel *Reliability* indikator materi memiliki nilai tertinggi sebesar 4,00, kemudian diikuti oleh indikator metode dan instruktur dengan nilai masing-masing sebesar 3,93 dan 3,91.



Gambar 1. Kepuasan wisatawan terhadap variabel *Reliability*.

Sumber : Hasil Pengolahan Data, (2016)

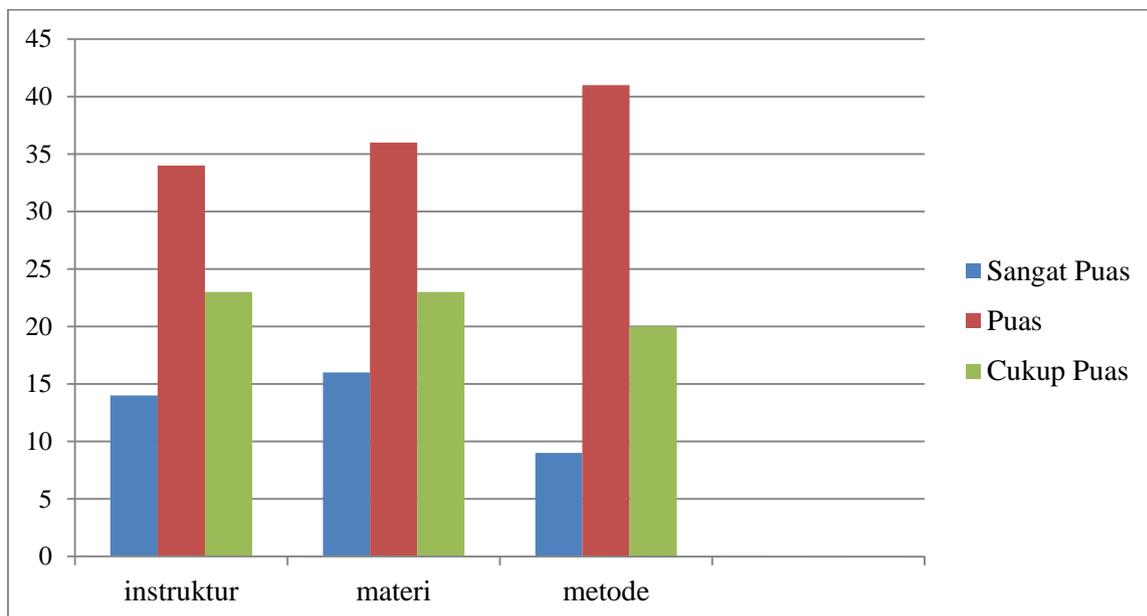
Berdasarkan Gambar 2 persepsi wisatawan terhadap faktor penentu kepuasan wisatawan menurut variabel *Responseveness* (daya tanggap) menyatakan secara keseluruhan dengan total nilai 3,88 yang masuk dalam kategori puas. Sedangkan hasil dari indikator variabel *Responseveness*, indikator materi memperoleh nilai tertinggi 4,01, kemudian diikuti dengan indikator metode dan indikator instruktur dengan memperoleh nilai masing-masing sebesar 3,83 dan 3,80 yang menyatakan puas.



Gambar 2. Kepuasan wisatawan terhadap variabel *Responseveness*.

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

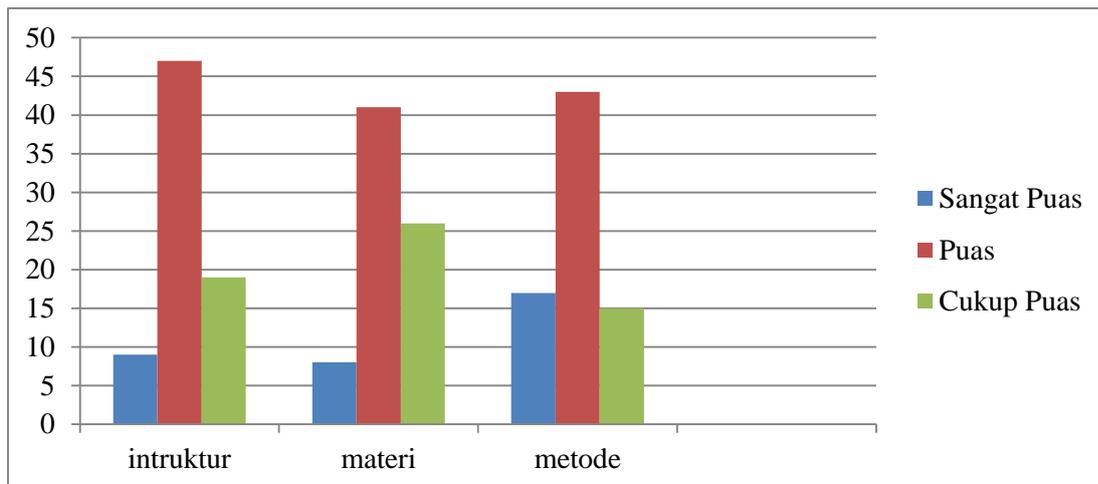
Berdasarkan Gambar 3 persepsi wisatawan terhadap faktor penentu kepuasan wisatawan menurut variabel *Assurance* (jaminan) menyatakan secara keseluruhan dengan total nilai 3,86 yang masuk dalam kategori puas. Hasil dari indikator *Assurance*, indikator instruktur dan indikator metode dengan memiliki nilai yang sama sebesar 3,89, kemudian diikuti dengan indikator materi dengan memiliki nilai 3,80 yang menyatakan puas.



Gambar 3. Kepuasan wisatawan terhadap variabel *Assurance*.

Sumber : Hasil Pengolahan Data , 2016.

Berdasarkan Gambar 4 persepsi wisatawan terhadap faktor penentu kepuasan wisatawan menurut faktor *Emphaty* (empati) menyatakan secara keseluruhan dengan total nilai 3,8 yang masuk dalam kategori puas. Sedangkan hasil dari indikator variabel *Emphaty*, dapat dilihat bahwa indikator materi dengan memperoleh nilai tertinggi 3,91, yang menyatakan puas, selanjutnya hasil dari indikator instruktur dan indikator metode dengan memperoleh nilai masing-masing 3,77 dan 3,73 yang menyatakan puas.



Gambar 4. Kepuasan wisatawan terhadap variabel *Emphaty*.

Sumber : Hasil Pengolahan Data , 2016.

Berdasarkan Gambar 5 persepsi wisatawan terhadap faktor penentu kepuasan wisatawan menurut faktor *Tangible* (kasat mata / bukti langsung) menyatakan secara keseluruhan dengan total nilai 3,88 yang masuk dalam kategori puas. Sedangkan hasil dari indikator variabel *Tangible* indikator metode dengan memperoleh nilai tertinggi 4,03, yang menyatakan puas, selanjutnya hasil dari indikator instruktur dengan indikator materi yang memperoleh nilai masing-masing 3,87 dan 3,76 yang menyatakan puas. Berdasarkan hasil keseluruhan faktor penentu kepuasan wisatawan dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5. Rekapitulasi Faktor Penentuan Kepuasan Wisatawan

Indikator & variabel	<i>Reliabiliti</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Assurnce</i>	<i>Emphaty</i>	<i>Tangible</i>	total	rata-rata	Ket
Instruktur	3,91	3,8	3,89	3,77	3,87	19,24	3,85	puas
Materi	4	4,01	3,8	3,91	3,76	19,48	3,90	puas
Metode	3,93	3,83	3,89	3,72	4,03	19,4	3,9	puas
Total	11,84	11,64	11,58	11,4	11,66	58,12	11,624	puas
Rata-rata	3,94	3,88	3,86	3,8	3,88	19,37	3,88	puas

Sumber: Hasil Penelitian, 2017.

Persepsi wisatawan terhadap keseluruhan variabel kepuasan wisatawan dalam mengikuti program *cooking class* rata-rata dapat dilihat bahwa variabel *reliability* memiliki nilai tertinggi sebesar 3,94 yang berarti puas, kemudian diikuti oleh variabel *responseveness* dan variabel *tangible* dengan memiliki nilai rata-rata yang sama sebesar 3,88, dan selanjutnya variabel *emphaty* dan variabel *assurance* dengan nilai masing-masing sebesar 3,8 dan 3,86 yang menyatakan puas.

3.3 Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Wisatawan dalam Mengikuti Program *Cooking class* di Ubud

Untuk mengetahui faktor penentu kepuasan wisatawan yang mengikuti program *cooking class* pada restoran di Ubud maka menggunakan analisis faktor. Sebelum dilakukannya pengujian analisis faktor, maka data yang diperoleh melalui kuesioner perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas.

1) Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengetahui kemampuan alat ukur yang digunakan, maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan untuk melihat konsistensi hasil yang diproduksi oleh pengukuran tersebut, maka dilakukan uji reliabilitas terhadap instrumen yang digunakan pada saat penelitian. Instrumen yang dimaksud adalah kuesioner yang disajikan kepada responden. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas diharapkan mampu digunakan untuk mengukur variabel secara valid dan realibilitas. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas diharapkan mampu digunakan untuk mengukur variabel secara valid dan realibilitas seperti yang bisa dilihat pada Tabel berikut ini

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

NO	Variabel	Nilai	Keterangan
1	A1	.452	Valid
2	A2	.371	Valid
3	A3	.426	Valid
4	B1	.348	Valid
5	B2	.494	Valid
6	B3	.431	Valid
7	C1	.357	Valid
8	C2	.417	Valid
9	C3	.417	Valid
10	D1	.405	Valid
11	D2	.400	Valid
12	D3	.380	Valid
13	E1	.375	Valid
14	E2	.365	Valid
15	E3	.379	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan Tabel 6 di atas dari hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 15 instrumen penelitian menunjukkan bahwa ke 15 instrument penelitian dapat dikatakan layak atau valid sebagai alat pengumpulan data dikarenakan memiliki nilai $RI > 0,3$. Hal ini secara syarat validitas dapat terpenuhi.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	15

Sumber : Hasil Pengolahan Data , (2016)

Berdasarkan Tabel 7 di atas dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 15 variabel yang di gunakan untuk *instrument* penelitian menunjukkan bahwa ke 15 variabel yang digunakan untuk *instrument* penelitian dapat dikatakan *reliable* atau terpercaya sebagai alat pengumpulan data, karena Cronbach-alpha menunjukkan nila $0,625 > 0,600$.

2) Analisis Faktor

Menurut tahapan analisis faktor yakni seleksi sub indikator kepuasan wisatawan, sub indikator yang tidak memiliki pengaruh yang kuat maka akan di keluarkan sehingga dapat ditemukan sub variabel yang berpengaruh. Hasil dari penghitungan analisis faktor sebagai berikut :

1) Menghitung korelasi indikator (matrik Korelasi)

Pada matrik korelasi akan dapat didefinisikan sub variabel mana saja yang saling berhubungan dari 15 sub indikator yang diteliti. Untuk meguji apakah indikator yang diteliti saling berhubungan maka

dilakukan Uji Barlett Test Of Sphericity, Uji Kaiser Mayer Olkin (KMO) dan Uji Measure Of Sampling Adequacy (MSA).

Tabel 8. KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.563
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	134.782
	Df	105
	Sig.	.000

Sumber : Hasil Pengolahan Data, (2016)

Berdasarkan data dari Tabel 8 di atas nilai KMO sebesar 0,563 berarti nilai tersebut lebih besar dari 0,5 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti indikator sudah layak untuk difaktorkan walaupun nilai yang diperoleh dengan cukup yang di akibatkan jumlah responden yang sangat susah sehingga diperoleh sebanyak 75 responden.

1) Uji Barlett Test Of Sphericity

Uji Barlett Test Of Sphericity merupakan salah satu uji statistik untuk menentukan signifikan menyeluruh dari semua korelasi di dalam matrik koelasi. Dalam hal ini nilai Uji Barlett Test Of Sphericity yang diperoleh dengan nilai sebesar 134.782 dengan nilai signifikan adalah 0,000. Ini menunjukkan bahwa peluang terjadinya kesalahan untuk sub indikator tidak independen sebesar 0% dengan demikian sub indikator memiliki korelasi.

2) Uji Measure Of Sampling Adequacy (MSA)

Persyaratan uji KMO telah terpenuhi maka perlu diamati ke 15 sub indikator tersebut dengan uji Uji Measure Of Sampling Adequacy (MSA) yakni dengan mengukur derajat korelasi antara sub indikator. Sub indikator-indikator manakah yang layak untuk di proses lebih lanjut dan mana yang harus dikeluarkan. Apabila nilai Uji Measure Of Sampling Adequacy (MSA) dari masing-masing indikator $> 0,5$ maka dapat di proses lebih lanjut maka hal ini dapat di lihat tabel Image Corelation dengan angka yang membentuk tanda "a". Seperti tampak pada Tabel 4.11 berikut.

Tabel 9. Nilai Measure Of Sampling Adequacy (MSA) dengan 15 Sub Indikator Pada Anti-Image Matrices.

No	Sub Indikator	Nilai MSA
1	Instruktur memberikan jasa sesuai yang di janjikan.	0,504
2	Materi yang diberikan sesuai dengan tahapan-tahapan yang diberikan instruktur.	0,522
3	Metode yang digunakan pengajar mudah diikuti.	0,591
4	Instruktur memberikan jasa secara akurat sesuai yang diharapkan.	0,596
5	Materi yang diberikan mudah dipahami dan dimengerti.	0,722
6	Metode mengajar yang diberikan mudah dipahami dan dimengerti.	0,579
7	Instruktur memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengajar <i>cooking class</i> .	0,518

8	Informasi yang di dalam materi cukup lengkap.	0,533
9	Metode pengajaran <i>cooking class</i> sudah baik.	0,523
10	Keramahan instruktur dalam memberikan perhatian saat pelaksanaan <i>cooking class</i> .	0,656
11	Materi yang diberikan menggunakan bahasa yang mudah dan fleksibel.	0,601
12	Metode memasak yang digunakan secara fleksibel dengan kondisi tamu.	0,584
13	Penampilan instuktur menarik.	0,557
14	Tampilan materi yang menarik.	0,536
15	Metode pengajaran yang digunakan instruktur menarik.	0,528

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan Tabel 9 di atas dapat dilihat bahwa 15 indikator yang digunakan tidak ada yang memperoleh nilai MSA dibawah 0,5 yang artinya syarat-syarat MSA sudah dapat terpenuhi, dan proses analisis faktor dapat dilanjutkan.

2) Ekstraksi Faktor

Ekstraksi faktor bertujuan untuk memperoleh faktor-faktor yang mampu menjelaskan korelasi antara variabel dan indikator yang di teliti. Variabel dan indikator yang telah memenuhi syarat kecukupan data selanjutnya akan direduksi untuk mendapatkan jumlah faktor yang akan lebih sedikit, untuk menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data dari beberapa variabel dan indikator yang ditentukan dengan nilai eigenvalue setiap faktor yang muncul. Faktor yang dipilih adalah faktor yang memiliki nilai eigenvalue lebih dari 1 semakin besar nilai eigenvalue maka semakin besar faktor tersebut mewakili sekelompok variabel. Pada data ini terdapat eigenvalue dari tiap-tiap faktor yang terbentuk dari 15 variabel. Berdasarkan tabel tersebut terdapat 6 faktor yang memiliki nilai eigenvalue lebih dari 1 dimana dengan 6 faktor tersebut mampu menjelaskan 60,407% total varians dari 15 indikator yang ada.

Tabel 10. Total Variance

Compon ent	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	2.453	16.354	16.354	2.453	16.354	16.354	1.722	11.483	11.483
2	1.771	11.806	28.160	1.771	11.806	28.160	1.648	10.985	22.467
3	1.480	9.866	38.026	1.480	9.866	38.026	1.642	10.948	33.416
4	1.245	8.302	46.328	1.245	8.302	46.328	1.476	9.843	43.259
5	1.092	7.279	53.607	1.092	7.279	53.607	1.376	9.173	52.432
6	1.020	6.800	60.407	1.020	6.800	60.407	1.196	7.975	60.407
7	.974	6.496	66.904						
8	.900	5.999	72.903						
9	.800	5.332	78.235						
10	.712	4.748	82.983						

11	.655	4.365	87.348					
12	.591	3.943	91.291					
13	.500	3.335	94.626					
14	.448	2.984	97.610					
15	.358	2.390	100.000					

Sumber : Hasil Pengolahan Data, (2016)

Berdasarkan Tabel 10 di atas terdapat kolom komponen, ada 15 komponen yang mewakili variabel. Kolom nilai eigenvalues dengan SPSS sudah ditentukan nilai yang digunakan adalah 1 (satu) dari 15 variabel terdapat 6(enam) faktor yang memiliki nilai eigenvalues lebih dari 1(satu) dengan nilai yang dimiliki yaitu. 2.453, 1.771, 1.480, 1.245, 1.092, 1.020. dengan memiliki nilai Cumulative Eigenvalues sebesar 60.407 %. Namun untuk 9 faktor dengan nilai eigenvalues < 1, yaitu 0,974 – 0,358 sehingga proses faktoring berhenti pada 6 faktor saja.

Tabel 11. Component Matrix

	Component					
	1	2	3	4	5	6
B2	.539					
A1	.475	.410				
B3	.458		.435			
C3	.413	-.600				
C2	.419	.543				
D3		-.424				
D2			.514			
C1		.428	.461			
A2						
E1				.693		
E2				-.499		
B1						
E3	.401				-.613	
D1						.710
A3	.457		-.405			-.458

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

Pada Tabel 11 dapat dilihat beberapa variabel masih memiliki nilai korelasi yang signifikan terhadap beberapa faktor dari keempat faktor yang terbentuk, sehingga sulit untuk melakukan interpretasi yang tepat terhadap faktor tersebut

3) Rotasi Faktor

Rotasi faktor bertujuan untuk mencari faktor yang mampu mengoptimalkan korelasi antara indikator yang di observasi. Rotasi faktor diperlukan jika metode ekstraksi belum menghasikan komponen faktor utama yang jelas. Metode rotasi faktor digunakan Agar mudah meminimalisasi jumlah variabel indikator yang memiliki muatan faktor tertinggi pada setiap faktor sehingga mudah untuk menginterpretasikan Berikut tabel Rotated Component Matrix.

Tabel 12. Rotated Component Matrix

	Component					
	1	2	3	4	5	6
B3	.720					
A1	.601					.486
C1	.558					
D2	.545					
A2		.693				
D3		.666				
B2		.496			.436	
E1			.678			
B1			.654			
A3			.555		.430	
C2			.529			
E3				.827		
C3		.493		.544		
E2					.806	
D1						.842

Sumber : Hasil Pengolahan Data, (2016)

Berdasarkan hasil nilai rotasi faktor dikelompok menjadi 6 faktor yang terdiri dari faktor 1 yang terdapat empat nilai dengan nilai eigenvalue sebesar 2,453 sedangkan faktor kedua memiliki tiga memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,771, faktor ke tiga memiliki empat faktor yang memiliki nilai eigenvalue sebesar 1.480, faktor ke empat memiliki dua faktor yang memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,245, faktor kelima dan ke enam memiliki satu faktor dengan masing – masing nilai eigenvalue sebesar 1.092 dan 1.020. dapat dilihat pada Tabel 4.15 sebagai berikut.

Tabel 13. Identifikasi Hasil Rotasi Faktor-faktor Penentu Kepuasan Wisatawan Mengikuti Program *Cooking class* Pada Restoran di Ubud

No	Sub Indikator	Faktor	Eigenvalue	Loading Faktor	Percent Of Variance %
1	Metode mengajar yang diberikan mudah dipahami dan dimengerti. (B3)	Keahlian instruktur	2.453	0.702	16.354
	Instruktur memberikan jasa sesuai yang di janjikan.(A1)			0.601	

	Instruktur memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengajar <i>cooking class</i> . (C1)			0.558	
	Materi yang diberikan menggunakan bahasa yang mudah dan fleksibel.(D2)			0.545	
2	Materi yang di diberikan sesuai dengan tahapan – tahapan yang diberikan instruktur. (A2)	Isi Materi	1.771	0.693	11.806
	Metode memasak yang digunakan secara fleksibel dengan kondisi tamu.(D3)			0.666	
	Materi yang diberikan mudah dipahami dan di mengerti.(B2)			0.496	
3	Penampilan intuktur menarik.(E1)	Penampilan Instruktur	1.480	0.678	9.866
	Instruktur memberikan jasa secara akurat sesuai yang diharapkan.(B1)			0.654	
	Metode yang digunakan pengajar mudah diikuti.(A3)			0.555	
	Informasi yang di dalam materi cukup lengkap.(C2)			0.529	
4	Metode pengajaran yang digunakan instuktur menarik.(E3)	Metode pengajaran	1.245	0.827	8.302
	Metode pengajaran <i>cooking class</i> sudah baik.(C3)			0.544	
5	Tampilan materi yang menarik.(E2)	Materi	1.092	0.806	7.279

6	Keramahan instruktur dalam memberikan perhatian saat pelaksanaan <i>cooking class.</i> (D1)	Empati instruktur	1.020	0.842	6.800
----------	---	--------------------------	--------------	--------------	--------------

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

4) Interpretasi Faktor

Berdasarkan hasil analisis faktor di atas secara umum dapat dijelaskan bahwa dari 15 variabel yang digunakan untuk mengukur kepuasan wisatawan yang mengikuti program *cooking class* pada Restoran di Ubud. semua variabel tersebut dapat dianalisis menggunakan analisis faktor, dari hasil ekstraksi faktor dari 15 variabel tersebut diperoleh 6 (enam) buah faktor umum yang dapat menjelaskan 60.407% dari total varian yang ada. Adapun enam faktor tersebut terdiri dari : (1) faktor pertama memiliki empat bobot faktor yang signifikan, (2) faktor kedua memiliki tiga bobot faktor yang signifikan, (3) faktor ketiga memiliki empat bobot faktor yang signifikan, (4) faktor keempat memiliki dua bobot faktor yang signifikan, (5) faktor kelima memiliki satu bobot faktor yang signifikan, dan (6) faktor keenam memiliki satu bobot faktor yang signifikan. Berdasarkan 6 faktor yang terbentuk berikut adalah penamaan dari 6 faktor tersebut sebagai berikut :

1. Faktor Keahlian Instruktur

Faktor pertama memiliki nilai eigenvalue 2.453 dan memiliki variance sebesar 16.345 % terdapat empat sub indikator yang menunjukkan bobot korelasi diatas 0,5 yaitu.

- a) Metode mengajar yang diberikan mudah dipahami dan dimengerti dengan loading faktor 0.702.
- b) Instruktur memberikan jasa sesuai yang dijanjikan dengan loading faktor 0.601.
- c) Instruktur memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengajar *cooking class* dengan loading faktor 0.558.
- d) Materi yang diberikan menggunakan bahasa yang mudah dan fleksibel dengan loading faktor 0.545.

Sub indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah B3 yaitu metode mengajar yang diberikan mudah dipahami dan dimengerti dengan bobot korelasi 0.702.

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa penamaan faktor di atas berdasarkan jumlah nilai yang paling tinggi sehingga mendapatkan nama faktor menjadi keahlian instruktur. Keahlian instruktur yang dimaksud adalah keahlian instruktur dalam memberikan materi maupun metode memasak.

2. Faktor Isi Materi

Faktor kedua memiliki nilai eigenvalue 1.771 dan memiliki variance sebesar 11.806 % terdapat empat sub indikator yang menunjukkan bobot korelasi diatas 0,5 yaitu.

- a) Materi yang diberikan sesuai dengan tahapan-tahapan yang diberikan instruktur dengan loading faktor 0.693.
- b) Metode memasak yang digunakan secara fleksibel dengan kondisi tamu dengan loading faktor 0.666.
- c) Materi yang diberikan mudah dipahami dan di mengerti dengan loading faktor 0.496.

Sub indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah A2 yaitu Materi yang di diberikan sesuai dengan tahapan-tahapan yang diberikan instruktur dengan bobot korelasi 0.693.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa penamaan faktor diatas berdasarkan hasil nilai tertinggi sehingga mendapatkan nama faktor menjadi isi materi. Isi materi dimaksud adalah di mana materi yang disampaikan oleh pengajar mudah dipahami oleh wisatawan yang mengikuti *cooking class.*

3. Faktor Penampilan Instruktur

Faktor ketiga memiliki nilai eigenvalue 1.480 dan memiliki variance sebesar 9.866 % terdapat empat sub indikator yang menunjukkan bobot korelasi diatas 0,5 yaitu.

- a) Penampilan instruktur menarik dengan loading faktor 0.678.
- b) Instruktur memberikan jasa secara akurat sesuai yang diharapkan dengan loading faktor 0.654.
- c) Metode yang digunakan pengajar mudah diikuti dengan loading faktor 0.555.

d) Informasi yang di dalam materi cukup lengkap dengan loading faktor 0.529.

Sub indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah E1 yaitu penampilan instruktur menarik dengan bobot korelasi 0.678. Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa penamaan faktor di atas berdasarkan hasil nilai tertinggi sehingga mendapatkan nama faktor menjadi penampilan instruktur. Penampilan instruktur dimaksud adalah dimana penampilan instruktur merupakan bukti fisik yang diberikan instruktur ke wisatawan yang mengikuti *cooking class*.

4. Faktor Metode Pengajaran

Faktor keempat memiliki nilai eigenvalue 1.245 dan memiliki variance sebesar 8.302 % terdapat dua sub indikator yang menunjukkan bobot korelasi di atas 0,5 yaitu

a) Metode pengajaran yang digunakan instruktur menarik dengan loading faktor 0.827.

b) Metode pengajaran *cooking class* sudah baik dengan loading faktor 0.544.

Sub indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah E3 yaitu metode pengajaran yang digunakan instruktur menarik dengan bobot korelasi 0.827.

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa penamaan faktor di atas berdasarkan hasil nilai tertinggi sehingga mendapatkan nama faktor menjadi metode pengajaran. Metode pengajaran dimaksud adalah dimana metode pengajaran yang digunakan oleh instruktur sangat menarik sehingga wisatawan mudah untuk dimengerti oleh wisatawan yang mengikuti *cooking class*.

5. Faktor Materi

Faktor kelima memiliki nilai eigenvalue 1.092 dan memiliki variance sebesar 7.279 % terdapat satu sub indikator yang menunjukkan bobot korelasi di atas 0,5 yaitu (E2) tampilan materi yang menarik dengan loading faktor 0.806.

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa penamaan faktor di atas berdasarkan hasil nilai tertinggi sehingga mendapatkan nama faktor menjadi materi. Materi dimaksud adalah dimana materi yang digunakan oleh instruktur sangat menarik dan bukti fisik materi yang diberikan sudah terpenuhi sehingga wisatawan mudah untuk membaca dan melaksanakan isi materi yang di sampaikan oleh instruktur kepada wisatawan yang mengikuti *cooking class*.

6. Faktor Empati Instruktur

Faktor kelima memiliki nilai eigenvalue 1.020 dan memiliki variance sebesar 6.800 % terdapat satu sub indikator yang menunjukkan bobot korelasi di atas 0,5 yaitu (D1) Keramahan instruktur dalam memberikan perhatian saat pelaksanaan *cooking class* dengan loading faktor 0.842.

3.4 Faktor Dominan Penentu Kepuasan Wisatawan Mengikuti Program *Cooking class* Pada Restoran di Ubud.

Berdasarkan hasil analisis faktor penentu kepuasan wisatawan mengikuti program *cooking class* terdapat 15 faktor yaitu (A1) Instruktur memberikan jasa sesuai yang di janjikan. (A2) Materi yang diberikan sesuai dengan tahapan-tahapan yang diberikan instruktur. (A3) Metode yang digunakan pengajar mudah diikuti. (B1) Instruktur memberikan jasa secara akurat sesuai yang diharapkan. (B2) Materi yang diberikan mudah dipahami dan dimengerti. (B3) Metode mengajar yang diberikan mudah dipahami dan dimengerti. (C1) Instruktur memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengajar *cooking class*. (C2) Informasi yang di dalam materi cukup lengkap. (C3) Metode pengajaran *cooking class* sudah baik. (D1) Keramahan instruktur dalam memberikan perhatian saat pelaksanaan *cooking class*. (D2) Materi yang diberikan menggunakan bahasa yang mudah dan fleksibel. (D3) Metode memasak yang digunakan secara fleksibel dengan kondisi tamu. (E1) Penampilan instruktur menarik. (E2) Tampilan materi yang menarik. (E3) Metode pengajaran yang digunakan instruktur menarik. Setelah melakukan proses korelasi tidak ada variabel yang dikeluarkan karena semua nilainya mencuku dan bisa dilanjutkan ke pengolahan data tahap selanjutnya dari analisis faktor yaitu ekstraksi faktor dan rotasi faktor.

Setelah dilakukanya ekstraksi dan rotasi faktor didapatkan bahwa dari ke 15 variabel yang mempengaruhi kepuasan wisatwan yang mengikuti program *cooking class* dapat dikelompokkan menjadi 6 faktor umum yaitu : (1) faktor keahlian instruktur, (2) faktor isi materi, (3) faktor penampilan instruktur, (4) faktor metode pengajaran, (5) faktor materi, (6) faktor emphati instruktur. Enam faktor yang sudah ditemukan melalui pengolahan data yang memiliki masing-masing variabel yang memiliki nilai yang sudah mencukupi, dari keenam faktor tersebut faktor yang dominan

mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam mengikuti program *cooking class* adalah faktor keahlian instruktur. Faktor keahlian instruktur merupakan faktor yang dominan dikarenakan instruktur sudah memberikan metode mengajar yang mudah dipahami serta sudah memberikan jasa sesuai yang dijanjikan oleh pihak restoran dan materi yang diberikan oleh instruktur menggunakan bahasa yang mudah di pahami oleh wisatawan, misalnya dalam menamaan di dalam buku pedoman.

4 KESIMPULAN

Berdasarkan persepsi wisatawan faktor penentu kepuasan wisatawan yang di peroleh dengan menggunakan analisis skala likert dapat disimpulkan bahwa variabel reliability memiliki tertinggi sebesar 3,94, kemudian diikuti oleh variabel responsiveness dan tangibel yang memiliki nilai rata-rata yang sama sebesar 3,88, selanjutnya variabel empathy dan variabel assurance dengan skor masing-masing sebesar 3,8 dan 3,86, Hal ini berarti bahwa variabel reliability dimana indikator yang meliputi kemampuan instruktur memberikan jasa sesuai dijanjikan, kemampuan materi yang diberikan sesuai dengan tahapan-tahapan yang diberikan instruktur, kemampuan metode yang digunakan pengajar mudah diikuti. Memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan wisatawan dalam mengikuti program *cooking class*.

Berdasarkan pembahasan tentang analisis faktor penentu kepuasan wisatawan mengikuti program *cooking class* pada restoran di Ubud dengan menggunakan 75 responden dapat di tarik simpulan sebagai berikut yaitu terdapat enam faktor penentu kepuasan wisatawan mengikuti program *Cooking class* pada restoran di Ubud dapat terlihat dari loading factor tertinggi dari setiap faktor terbentuk. adapun faktor tersebut adalah

- 1) Faktor Keahlian Instruktur yaitu : keahlian instruktur dalam memberikan materi maupun metode memasak.
- 2) Faktor Isi Materi yaitu : materi yang disampaikan oleh pengajar mudah dipahami oleh wisatawan yang mengikuti *cooking class*.
- 3) Faktor Instruktur yaitu : penampilan instruktur merupakan bukti fisik yang diberikan instruktur ke wisatawan yang mengikuti *cooking class*.
- 4) Faktor Metode Pengajar yaitu : metode pengajaran yang digunakan oleh instruktur sangat menarik sehingga wisatawan mudah untuk diserap oleh wisatawan yang mengikut *cooking class*.
- 5) Faktor Materi yaitu : bukti fisik materi yang diberikan sudah terpenuhi sehingga wisatawan mudah untuk membaca dan melaksanakan isi materi yang disampaikan oleh instruktur kepada wisatawan yang mengikut *cooking class*.
- 6) Faktor Empati Instruktur yaitu : keramahan instruktur kepada wisatawan saat memberikan materi naupun metode kepada wisatawan yang mengikuti program *cooking class*.

Faktor yang dominan penentu kepuasan wisatawan mengikuti program *cooking class* pada restoran di Ubud adalah faktor metode dan keahlian instruktur dengan nilai eigenvalue 2.453 dan memiliki nilai variance sebesar 16.354% yang memiliki empat sub indikator , diantaranya Metode mengajar yang diberikan mudah dipahami dan dimengerti, Instruktur memberikan jasa sesuai yang dijanjikan, Instruktur memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengajar *cooking class*, Materi yang diberikan menggunakan bahasa yang mudah dan fleksibel.

Ucapan Terimakasih

Kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana yang telah memberikan dukungan dana sehingga kegiatan penelitian ini bisa berjalan. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Ketua Program Studi Diploma IV Pariwisata Fakultas Pariwisata atas fasilitas dan dukungan moral yang telah diberikan. Terima kasih juga saya sampaikan kepada Ibu pembimbing saya yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan jurnal. Terima kasih juga kepada staff restoran yang berada di kawasan ubud telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dan masukan serta data yang diperlukan dalam penelitian ini, serta semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu hingga terselesaikannya penelitian ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Abd.Rachman.2005, Pengantar Perhotelan dan Restoran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pramesti Getut. 2014. *Analisis Faktor: Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*. Jakarta: Kompas Gramedia .
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan. Cetakan ke-19. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D :Best Seller. Bandung, Penerbit ALFABETA.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian pengantar Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Suastuti,I.W., Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Freestanding Restaurant Di Kawasan Pariwisata Nusa-Dua-Kabupaten Badung.E-Journal Universitas Udayana.
- Suwintari.2012”Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan “Tourist Information Counters “di Jalan Padma Utara Legian Kuta”. Laporan Disertasi Universitas Udayana.
- Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sulastriningrum.2003.Pengantar Akomodasi dan Restoran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.