



Faktor-Faktor Pembentuk Minat Masyarakat Terhadap Wisata Budaya Keraton

Factors that Establish Community Interest in Keraton Cultural Tourism

Alamsyah Al Ghani¹, Dinda Erina Utami², Astri Mutia Ekasari³

^{1,2,3} Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Islam Bandung, Kota Bandung

Corresponding author : astri.mutia@unisba.ac.id

Abstrak

Ripparda Kota Cirebon tahun 2019-2025 menetapkan Kawasan Pusaka Keraton-Keraton Cirebon menjadi kawasan pusaka kota dan menjadi salah satu Kawasan Strategis Pengembangan Pariwisata sejarah dan keraton di Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam mengunjungi wisata budaya keraton di Cirebon. Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian menggunakan statistik kuantitatif dengan analisis faktor dan pengolahan data memakai *principle component analysis* (PCA). Hasil analisis menunjukkan terdapat 3 faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap wisata budaya keraton, yaitu faktor pertama berupa nilai budaya, faktor kedua berupa kesenian, dan faktor ketiga berupa kuliner. Ketiga faktor tersebut dapat digunakan pemerintah daerah dan pengelola keraton sebagai acuan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap Keraton di Cirebon.

Kata Kunci : *Wisata Budaya, Minat, Keraton Cirebon.*

Abstract

Based on Ripparda Kota Cirebon 2019-2025 determined that the Cirebon Palace Heritage Area became a city heritage area and became one of the Strategic Areas for the Development of historical and palace tourism in West Java Province. This case study aims to identify the factors that influence people's interest in visiting the palace cultural tourism in Cirebon. In this study, the research use quantitative statistics with factor analysis and data processing principle component analysis (PCA). The results show there are 3 factors that influence people's interest in palace cultural tourism, the first factor is cultural values, the second factor is art, and the third factor is culinary. These three factors can be used by local governments and palace managers as a reference to increase public interest in Cirebon Palace.

Keywords : *Cultural Tourism, Interests, Keraton Cirebon.*

PENDAHULUAN

Awal mula Kota Cirebon terbentuk dari sebuah desa nelayan kecil bernama Muara Jati. Seiring perkembangan waktu berubah menjadi Kerajaan Cirebon yang dipimpin oleh Pangeran Walangsungsang yang bergelar Cakrabumi dan menjadi pertanda diawalinya kerajaan islam yang berdiri di Cirebon. Pada masa kejayaannya, Kerajaan Cirebon terbagi menjadi tiga bagian yang dipimpin oleh Sultan Sepuh, Pangeran Kertawijaya, dan Sultan Cerbon. Keberadaan ketiga sultan tersebut dibuktikan dengan berdirinya Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, dan Keraton Kacirebonan, beserta bangunan dan seni budaya lainnya yang menjadi peninggalan bernilai sejarah (Kholis, 2021).



Peninggalan-peninggalan tersebut dimanfaatkan sebagai obyek daya tarik wisata sejarah dan budaya di Kota Cirebon karena keraton menjadi monumen yang dapat dianggap sebagai ensiklopedia sejarah (Sucipto, 2010). Dalam RIPPARDA Kota Cirebon Tahun 2019-2025 menetapkan Kawasan Pusaka Keraton-Keraton Cirebon menjadi kawasan pusaka kota. RIPPAR Prov Jawa Barat 2015-2025 menetapkan obyek daya tarik wisata ini sebagai Kawasan Strategis Pengembangan Pariwisata sejarah dan keraton di Cirebon dan sekitarnya. Pemanfaatan potensi wisata budaya memiliki nilai penting dalam pariwisata, hal ini diperkuat dengan dampak positif bagi ekonomi dan sosial masyarakat setempat selain memperkuat dan membangun identitas serta dapat membantu melestarikan warisan budaya dan sejarah (Hinsberg et al., 2003).

Keraton merupakan kumpulan bangunan yang dikelilingi pagar berinding tembok sama halnya dengan yang dimiliki ketiga keraton di Kota Cirebon (Agustina, 2018). Berdasarkan kondisi lapangan, ketiga keraton terawat dengan baik dan dijadikan daya tarik wisata oleh pengelola keraton untuk menunjukkan sisi menarik dari nilai-nilai lokal yang dimiliki. Adanya kepuasan dari masyarakat dalam menikmati objek daya tarik wisata keraton cenderung akan meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi keraton di kemudian hari (Diniyah et al., 2018). Dari kuesioner yang telah disebar menunjukkan sebagian besar masyarakat pernah berkunjung dan akan merekomendasikan keraton Cirebon sebagai tempat wisata.

Pengetahuan tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat penting untuk diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk mengunjungi wisata budaya keraton di Cirebon. Manfaat penelitian ini dilakukan sebagai referensi untuk meningkatkan objek daya tarik wisata keraton melalui faktor-faktor yang terbentuk dan nantinya bisa dijadikan acuan rekomendasi bagi Pemda Kota Cirebon dan pengelola keraton dalam mengembangkan wisata budaya keraton agar selaras dengan tujuan RIPPARDA Kota Cirebon tahun 2019-2025.

METODE

Dalam penelitian ini metode pendekatan yang digunakan adalah statistik kuantitatif. Metode analisis memakai analisis faktor yang digunakan untuk mencari faktor-faktor yang mampu menjelaskan hubungan atau korelasi antara berbagai indikator independen yang diobservasi (Kaharuddin, 2020). Pengolahan data analisis faktor dalam penelitian ini menggunakan *principal component analysis* (PCA), tujuannya untuk membentuk faktor berupa variabel laten yang belum ditentukan tanpa menganalisis terlebih dahulu. Terbentuknya variabel laten baru bersifat acak yang bisa diinterpretasi sesuai dengan faktor atau komponen yang terbentuk (Mardainis et al., 2019). Analisis faktor dalam penelitian ini memiliki 13 variabel.



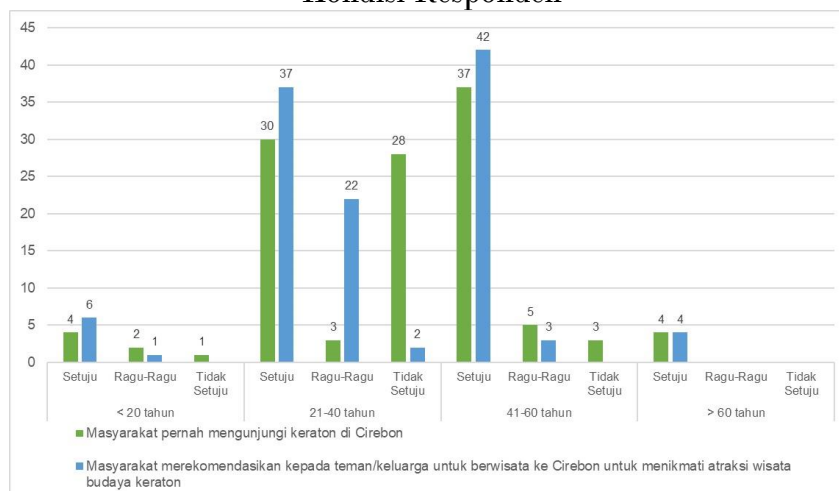
Tahapan penelitian yang dilakukan yaitu penilaian KMO, kemudian penelitian MSA yang dilakukan pada tabel *anti image matrixs* untuk melihat nilai hubungan masing-masing variabel dengan faktor yang terbentuk pada tabel *communalities*. Selanjutnya, melihat berapa faktor yang terbentuk pada tabel *variance explained*, dilanjutkan dengan melihat faktor yang terbentuk pada grafik *scree plot* kemudian melihat variabel mana saja yang masuk ke faktor yang terbentuk pada tabel *rotated component matrix*, dan melihat nilai *loading factor* pada tabel *component transformation*.

Penelitian ini mengambil lokasi studi di Kota Cirebon dengan objek studi peninggalan sejarah dan budaya keraton. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu menyebarkan kuesioner tertutup melalui g-forms kepada masyarakat Kota Cirebon dan Kabupaten Cirebon sebagai warga yang tinggal satu lingkup dengan objek studi, dan masyarakat Kota Bandung sebagai perwakilan dari Jawa Barat. Total masyarakat yang terlibat dengan menjawab kuesioner sebanyak 117 responden. Pengumpulan data penelitian dilaksanakan mulai tanggal 11 sampai 15 Oktober 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut hasil sebaran kuesioner menunjukkan bahwa pada rentang usia <20 tahun, 21-40 tahun, 41-60 tahun, dan >60 tahun masyarakat pernah mengunjungi keraton di Cirebon dan rata-rata akan merekomendasikan wisata budaya keraton pada teman dan keluarga. Atraksi wisata yang paling banyak diminati masyarakat adalah kesenian, berupa tari topeng dan alat musik gamelan. Selain itu, masyarakat juga menikmati keindahan arsitektur bangunan.

Grafik 1:
Kondisi Responden





Setelah melalui tahap identifikasi karakter responden berdasarkan *g-forms* yang disebar, selanjutnya dilakukan tahapan analisis data menggunakan analisis faktor untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap wisata budaya keraton di Cirebon sebagai berikut.

Tabel 1.
Hasil *KMO and Bartlett's Test*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.826
Approx. Chi-Square	685.829
Bartlett's Test of Sphericity	df
	78
	Sig.
	.000

Tabel output KMO and Bartlett's Test digunakan untuk mengetahui kelayakan dari suatu variabel, apakah dapat diproses lebih lanjut menggunakan analisis faktor atau tidak. Berdasarkan tabel output, nilai KMO MSA (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy*), teknik analisis faktor dapat dilanjutkan karena nilai KMO yang lebih besar dari 0,50 yaitu 0,853. Selain itu nilai *Bartlett's Test of Sphericity* (Sig.) menunjukkan $0,000 < 0,05$. Maka analisis faktor tersebut dapat dilanjutkan dan persyaratan pertama analisis faktor sudah terpenuhi.

Tabel 2.
Tabel *Anti-Image Matrics*

		V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13
Anti-image Covariance	V1	.756	-.036	-.037	-.168	-.033	.025	.030	-.014	.027	-.030	.042	-.078	.050
	V2	-.036	.498	-.055	-.138	-.117	-.058	-.026	.080	-.094	.004	.016	.028	.040
	V3	-.037	-.055	.668	-.125	.026	.000	.045	-.083	-.146	.008	.082	-.051	-.027
	V4	-.168	-.138	-.125	.418	.053	-.099	-.038	.025	.005	.002	-.053	-.016	-.128
	V5	-.033	-.117	.026	.053	.352	-.184	-.031	-.024	-.119	-.044	.035	-.091	.016
	V6	.025	-.058	.000	-.099	-.184	.464	.033	-.033	.016	-.026	-.019	.070	-.046
	V7	.030	-.026	.045	-.038	-.031	.033	.318	-.214	.011	-.089	.015	-.018	-.050
	V8	-.014	.080	-.083	.025	-.024	-.033	-.214	.363	-.037	-.041	.017	.081	-.048
	V9	.027	-.094	-.146	.005	-.119	.016	.011	-.037	.568	-.030	-.029	-.031	.014
	V10	-.030	.004	.008	.002	-.044	-.026	-.089	-.041	-.030	.356	-.228	-.085	.100
	V11	.042	.016	.082	-.053	.035	-.019	.015	.017	-.029	-.228	.511	-.014	-.105
	V12	-.078	.028	-.051	-.016	-.091	.070	-.018	.081	-.031	-.085	-.014	.524	-.223
	V13	.050	.040	-.027	-.128	.016	-.046	-.050	-.048	.014	.100	-.105	-.223	.500
Anti-image Correlation	V1	.848 ^a	-.059	-.052	-.299	-.063	.043	.062	-.028	.040	-.059	.068	-.124	.082
	V2	-.059	.858 ^a	-.095	-.302	-.278	-.120	-.066	.188	-.176	.009	.032	.055	.079
	V3	-.052	-.095	.848 ^a	-.237	.053	.001	.098	-.169	-.237	.016	.140	-.085	-.046
	V4	-.299	-.302	-.237	.839 ^a	.139	-.226	-.104	.065	.011	.005	-.115	-.034	-.279
	V5	-.063	-.278	.053	.139	.842 ^a	-.455	-.094	-.068	-.265	-.124	.082	-.212	.038
	V6	.043	-.120	.001	-.226	-.455	.860 ^a	.086	-.079	.030	-.065	-.039	.142	-.095
	V7	.062	-.066	.098	-.104	-.094	.086	.802 ^a	-.630	.026	-.265	.038	-.044	-.125
	V8	-.028	.188	-.169	.065	-.068	-.079	-.630	.755 ^a	-.082	-.114	.040	.185	-.114
	V9	.040	-.176	-.237	.011	-.265	.030	.026	-.082	.907 ^a	-.066	-.054	-.056	.026
	V10	-.059	.009	.016	.005	-.124	-.065	-.265	-.114	-.066	.819 ^a	-.536	-.197	.237
	V11	.068	.032	.140	-.115	.082	-.039	.038	.040	-.054	-.536	.783 ^a	-.027	-.207
	V12	-.124	.055	-.085	-.034	-.212	.142	-.044	.185	-.056	-.197	-.027	.817 ^a	-.436
	V13	.082	.079	-.046	-.279	.038	-.095	-.125	-.114	.026	.237	-.207	-.436	.785 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)



Pada tabel *Anti – image Matrics* digunakan untuk mengetahui dan menentukan variabel mana saja yang layak pakai dalam analisis faktor dan ditandai oleh kode huruf (a) yang artinya adalah Measure of Sampling Adequacy (MSA). Persyaratan yang harus terpenuhi adalah nilai MSA > 0,50. Berdasarkan tabel di atas, semua variabel yang diteliti memiliki nilai MSA > 0,50. Maka, persyaratan kedua analisis faktor terpenuhi.

Tabel 3.
Tabel *Communalities*

Variable	Initial	Extraction
(V1) Minat terhadap Gwido (App pemandu wisata) untuk memudahkan menikmati wisata budaya keraton Cirebon	1.000	.411
(V2) Minat terhadap fungsi bangunan keraton yang memiliki nilai-nilai budaya keraton	1.000	.685
(V3) Minat terhadap bangunan keraton yang dimanfaatkan sebagai spot foto	1.000	.426
(V4) Minat terhadap Masjid Agung Cipta Rasa yang digunakan untuk beribadah dan dinikmati keunikan arsitekturnya	1.000	.693
(V5) Minat terhadap Gua dan Taman Sunyaragi untuk dinikmati keindahan perpaduan antara beberapa ornamen Islam, Hindu dan Tiongkok	1.000	.725
(V6) Minat terhadap Museum Pusaka Keraton Kasepuhan Cirebon untuk mengetahui sejarah dan pusaka keraton	1.000	.598
(V7) Minat terhadap acara Grebeg Syawal sambil berziarah ke makam Sunan Gunung Jati	1.000	.738
(V8) Minat terhadap prosesi upacara Panjang Jimat memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW	1.000	.664
(V9) Minat terhadap atraksi wisata tari topeng Cirebon yang syarat akan makna	1.000	.558
(V10) Minat dalam mempelajari beberapa tarian khas keraton di sanggar tari milik keraton	1.000	.701
(V11) Minat dalam mempelajari alat musik gamelan yang mengiringi pertunjukan seni tari dan kesenian di sanggar tari milik keraton	1.000	.552
(V12) Minat terhadap menu Nasi Bogana yang merupakan makanan khas keraton	1.000	.633
(V13) Minat terhadap makanan khas keraton seperti Abing kakap, Sambal godog, Kue apem safar	1.000	.680

Dalam tabel *Communalities*, variabel (V1) tentang “Minat terhadap Gwido (App pemandu wisata) untuk memudahkan menikmati wisata budaya keraton Cirebon” memiliki nilai 0,411 yang artinya variabel (V1) dapat menjelaskan faktor sebesar 41,1%. Begitu pula dengan variabel lainnya yang terbentuk.



Tabel 4.
Tabel *Variance Explained*

Component	Total Variance Explained								
	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	5.353	41.177	41.177	5.353	41.177	41.177	2.963	22.795	22.795
2	1.568	12.060	53.237	1.568	12.060	53.237	2.949	22.688	45.483
3	1.144	8.801	62.038	1.144	8.801	62.038	2.152	16.555	62.038
4	.941	7.238	69.276						
5	.800	6.155	75.431						
6	.699	5.375	80.805						
7	.633	4.867	85.672						
8	.467	3.589	89.261						
9	.432	3.321	92.582						
10	.308	2.372	94.954						
11	.232	1.783	96.737						
12	.231	1.773	98.510						
13	.194	1.490	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabel *Total Variance Explained* menunjukkan 3 faktor yang terbentuk dari 13 variabel yang di masukkan. Masing-masing faktor *eigenvalue* > 1. Faktor 1 *eigenvalue* sebesar 5.353 dengan *variance* 41.177%. Faktor 2 *eigenvalue* sebesar dengan 1.568 *variance* 12.060%. Dan faktor 3 *eigenvalue* sebesar 1.144 dengan 8.801%.

Nilai *eigenvalue* menunjukkan gambaran kepentingan relatif masing-masing faktor dalam menghitung *variance* dari 13 variabel yang di analisis. Bila semua variabel dijumlahkan bernilai 13 (sama dengan banyaknya variabel).

$$5.353/13 \times 100\% = 41.177\%$$

$$1.568/13 \times 100\% = 12.060\%$$

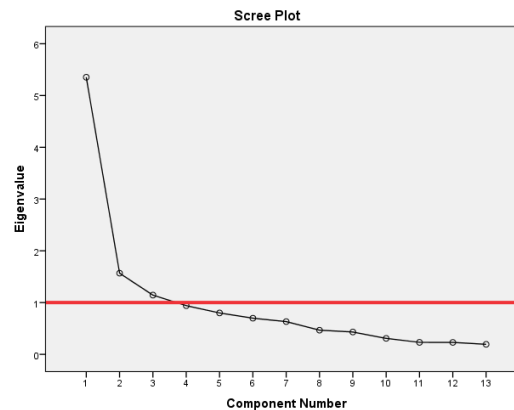
$$1.144/13 \times 100\% = 8.801\%$$

Total *variance* apabila dari 13 variabel kemudian diekstrak menjadi 3 faktor yaitu :

$$41.177\% + 12.060\% + 8.801\% = 62.038\%$$

Besarnya *variance* yang mampu dijelaskan oleh faktor baru yang terbentuk adalah 62.038% sedangkan sisanya 37.962% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Grafik 2 :
Grafik *Scree Plot*



Scree Plot merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk membantu peneliti menentukan berapa banyak faktor terbentuk yang dapat mewakili keragaman variabel asal. Selain itu, *Scree Plot* juga menerangkan hubungan antara banyaknya faktor yang terbentuk dengan nilai *eigenvalue* dalam bentuk grafik. Dari *Scree Plot* di atas, terdapat 3 titik yang memiliki *eigenvalue* ≥ 1 sehingga dapat diartikan terdapat 3 faktor yang terbentuk.

Tabel 5.
Tabel *Rotated Component Matrix*

Rotated Component Matrix ^a			
Variable	Component		
	1	2	3
(V2) Minat terhadap fungsi bangunan keraton yang memiliki nilai-nilai budaya keraton	.807	.047	.178
(V5) Minat terhadap Gua dan Taman Sunyaragi untuk dinikmati keindahan perpaduan antara beberapa ornamen Islam, Hindu dan Tiongkok	.712	.458	.092
(V6) Minat terhadap Museum Pusaka Keraton Kasepuhan Cirebon untuk mengetahui sejarah dan pusaka keraton	.679	.346	.132
(V9) Minat terhadap atraksi wisata tari topeng Cirebon yang syarat akan makna	.661	.338	.083
(V3) Minat terhadap bangunan keraton yang dimanfaatkan sebagai spot foto	.551	-.012	.351
(V7) Minat terhadap acara Grebeg Syawal sambil berziarah ke makam Sunan Gunung Jati	.205	.820	.153
(V8) Minat terhadap prosesi upacara Panjang Jimat memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW	.191	.792	.025
(V10) Minat dalam mempelajari beberapa tarian khas keraton di sanggar tari milik keraton	.231	.775	.217
(V11) Minat dalam mempelajari alat musik gamelan yang mengiringi pertunjukan seni tari dan kesenian di sanggar tari milik keraton	-.010	.622	.407
(V13) Minat terhadap makanan khas keraton seperti Abing kakap, Sambal godog, Kue apem safar	.076	.324	.754
(V12) Minat terhadap menu Nasi Bogana yang merupakan makanan khas keraton	.167	.290	.722
(V4) Minat terhadap Masjid Agung Cipta Rasa yang digunakan untuk beribadah dan dinikmati keunikan arsitekturnya	.523	.134	.634
(V1) Minat terhadap Gwido (App pemandu wisata) untuk memudahkan menikmati wisata budaya keraton Cirebon	.406	-.102	.486

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 9 iterations.

Tabel *Rotated Component Matrix* digunakan untuk melihat variabel yang diteliti masuk ke dalam faktor yang mana saja dan dilihat dari nilai *Loading Factor* terbesar.

Tabel 6.
Tabel *Component Transformation Matrix*

Component Transformation Matrix			
Component	1	2	3
1	.629	.607	.485
2	.599	-.777	.195
3	-.495	-.168	.852

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Pada tabel *Component Transformation Matrix*, menunjukkan hasil rotasi dengan metode *varimax*. Variabel-variabel sudah terdistribusi masing-masing faktor yaitu 3 faktor yang terbentuk dengan nilai *Loading Factor* pada tabel di atas.

Setelah melalui analisis diatas maka disimpulkan bahwa faktor yang terbentuk yaitu :

Tabel 7.
Tabel Faktor

Faktor	Nilai Loading Factor	Variabel	Nama Faktor
Faktor 1	0,629	<ul style="list-style-type: none"> V2 Minat terhadap fungsi bangunan keraton yang memiliki nilai-nilai budaya keraton V5 Minat terhadap Gua dan Taman Sunyaragi untuk dinikmati keindahan perpaduan antara beberapa ornamen Islam, Hindu dan Tiongkok V6 Minat terhadap Museum Pusaka Keraton Kasepuhan Cirebon untuk mengetahui sejarah dan pusaka keraton V9 Minat terhadap atraksi wisata tari topeng Cirebon yang syarat akan makna V3 Minat terhadap bangunan keraton yang dimanfaatkan sebagai spot foto 	Nilai Budaya
Faktor 2	-0,777	<ul style="list-style-type: none"> V7 Minat terhadap acara Grebeg Syawal sambil berziarah ke makam Sunan Gunung Jati V8 Minat terhadap prosesi upacara Panjang Jimat memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW V10 Minat dalam mempelajari beberapa tarian khas keraton di sanggar tari milik keraton V11 Minat dalam mempelajari alat musik gamelan yang mengiringi pertunjukan seni tari dan kesenian di sanggar tari milik keraton 	Kesenian



Faktor	Nilai Loading Factor	Variabel	Nama Faktor
Faktor 3	0,852	<ul style="list-style-type: none"> • V13 Minat terhadap makanan khas keraton seperti Abing kakap, Sambal godog, Kue apem safar • V12 Minat terhadap menu Nasi Bogana yang merupakan makanan khas keraton • V4 Minat terhadap Mesjid Agung Cipta Rasa yang digunakan untuk beribadah dan dinikmati keunikan arsitekturnya • V1 Minat terhadap Gwido (App pemandu wisata) untuk memudahkan menikmati wisata budaya keraton Cirebon) 	Kuliner

Setelah melakukan analisis ditemukan 3 faktor berupa nilai budaya dengan nilai loading factor sebesar 0,629, kesenian dengan nilai loading factor sebesar -0,777, dan kuliner dengan nilai loading factor sebesar 0,852. Nilai loading factor yang $> 0,5$ menunjukkan adanya korelasi antar komponen yang terbentuk dan layak untuk merangkum ke-13 variabel yang dimiliki sedangkan nilai loading factor $< 0,5$ tidak dapat merangkum ke-13 variabel yang ada (Raharjo, 2018). Pemerintah dapat berupaya memperkenalkan nilai budaya, kesenian, dan kuliner khas keraton kepada masyarakat luas terlebih pada generasi muda, mengadakan festival yang fokus untuk menonjolkan ketiga faktor tersebut. Selain itu, dengan melakukan promosi melalui media sosial seperti instagram dapat memiliki peluang besar dalam kegiatan bisnis (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Pada faktor nilai budaya, peran pemerintah dalam meningkatkan minat masyarakat adalah mengadakan sosialisasi atau program yang mendukung nilai-nilai budaya, contohnya revitalisasi bangunan keraton, sosialisasi mengenai sejarah keraton, dsb. Pada faktor kesenian, yaitu mengadakan lomba atau festival, seperti lomba tari, lomba gamelan, dan lomba lukis topeng kertas. Pada faktor kuliner, yaitu memperkenalkan kuliner keraton sebagai makanan sehari-hari walaupun tidak ada acara khusus.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam mengunjungi objek wisata budaya keraton di Cirebon terbagi menjadi 3 faktor. Faktor pertama berupa nilai budaya dengan nilai 0,629, faktor kedua berupa kesenian dengan nilai -0,777, dan faktor ketiga berupa kuliner dengan nilai 0,852. Faktor nilai budaya dan kesenian dapat merangkum ke-13 variabel sedangkan faktor kesenian tidak dapat merangkum ke-13 variabel. Ketiga faktor diatas dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah dan pengelola keraton sebagai upaya meningkatkan minat masyarakat terhadap Keraton di Cirebon.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I. H. 2018. “Sistem Ruang Keraton Kanoman dan Keraton Kacirebonan” dalam *Ethos (Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat)* Vol. 6 No. 1 (Hal. 68-81). Bandung:UNISBA.
- Diniyah, F., Gesa, L. B., & Khoirullah. 2018. “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan”. Yogyakarta:STP AMPTA Yogyakarta.
- Hinsberg, Ain, et al. 2003. *Baltic Cultural Tourism Policy Paper Short Version*. Estonia:UNESCO.
- Kaharuddin. 2020. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Pada Yayasan Sahabat Bunda Kota Makassar” dalam *FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* Vol. 2 No. 1(Hal. 60–75). Mamuju:STIE Muhammadiyah Mamuju.
- Kholis. 2021. *Kerajaan Cirebon*, (<https://urusandunia.com/tag/kerajaan/>, diakses pada tanggal 15 November 2021).
- Mardainis, Junadhi, & Jamaris, M. 2019. “Analisa Faktor Principal Component Analysis dan Common Factor Analysis untuk Menentukan Minat Calon Mahasiswa Masuk STMIK Amik Riau” dalam *SATIN - Sains Dan Teknologi Informasi*, Vol. 5 No. 2(Hal. 82–89). Riau:STMIK Amik Riau
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. 2019. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)” dalam *Jurnal Common*, Vol. 3 No. 1 (Hal. 71–80). Bandung:Telkom University.
- Raharjo. 2018. *Panduan Analisis Faktor dan Interpretasi dengan SPSS Lengkap*, (<https://www.spssindonesia.com/2018/12/analisis-faktor-dan-interpretasi-spss.html>, diakses pada tanggal 14 November 2021).
- Sucipto, Toto. 2010. “Eksistensi Keraton di Cirebon Kajian Persepsi Masyarakat Terhadap Keraton-Keraton di Cirebon” dalam *Patanjala* Vol. 2 No. 3 (Hal. 472-489). Bandung: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional Bandung.