

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai efektivitas program *We Love Bali* dalam membangun kepercayaan peserta program untuk berwisata saat *new era of travel and tourism*, maka dalam bab ini peneliti merumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Program *We Love Bali* terbukti efektif dalam membangun kepercayaan peserta program untuk berwisata saat *new era of travel and tourism*. Dengan ini maka uji hipotesis untuk penelitian yaitu menolak H_0 dan menerima H_1 .
2. Besarnya efektivitas program *We Love Bali* dalam membangun kepercayaan peserta program untuk berwisata saat *new era of travel and tourism* adalah 0.620 atau sebesar 62%. Berdasarkan tabel interpretasi koefisien korelasi kontingensi dapat dikatakan bahwa efektivitas tersebut berada pada tingkat yang kuat.
3. Berdasarkan analisis menggunakan teori Stimulus – Organism – Respons maka dapat diketahui bahwa hasil pelaksanaan program *We Love Bali* telah sesuai dengan yang diprediksi dan yang telah ditentukan saat awal pembentukan program. Respons yang diinginkan yakni membangun kepercayaan peserta program telah tercapai akibat pemberian stimulus serta pemilihan organism yang tepat.

4. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa program *We Love Bali* terbukti paling efektif pada karakteristik responden dengan rentang usia 41-54 tahun. Hal ini berkaitan dengan semakin matangnya usia seorang individu maka semakin kuat kemampuannya dalam memproses dan memahami stimulus yang diberikan.
5. Dari banyaknya jenis pekerjaan peserta program, diketahui bahwa program *We Love Bali* paling efektif pada responden dengan pekerjaan sebagai Aparatur Sipil Negara, guru, dan *influencer*. Hal ini berkaitan dengan bidang pekerjaan peserta yang memiliki keterkaitan dan pengalaman dengan konteks stimulus yang diberikan. Semakin banyak dan luas pengalaman akan pariwisata dan perjalanan yang dimilikinya, maka semakin dalam dan berkualitas makna yang diberikan kepada stimulus tersebut.
6. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa rute *trip* program *We Love Bali* paling efektif yakni pada program 1 dengan rute Denpasar – Lovina – Kintamani – Denpasar. Diikuti pula oleh program 4 dan 8 dengan destinasi wisata yang berada di wilayah kabupaten Tabanan, Buleleng, dan Karangasem. Hal ini membuktikan bahwa terdapat adanya perubahan permintaan terkait destinasi wisata menuju ke arah wisata alam terbuka. Sehingga temuan ini sesuai dengan prediksi tren perubahan permintaan dalam *new era of travel and tourism*.

7. Terdapat keterbatasan dalam melakukan penelitian, yakni pada metode penelitian yang digunakan. Metode hanya berfokus pada hubungan serta tingkat efektivitas program sehingga informasi yang didapatkan kurang mendalam. Maka dari itu, penelitian masih belum dapat menjawab alasan dibalik belum maksimalnya hasil yang dicapai oleh program *We Love Bali*.

B. Saran

Setelah melakukan seluruh proses penelitian mengenai efektivitas program *We Love Bali* dalam membangun kepercayaan peserta program untuk berwisata saat *new era of travel and tourism*, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi pihak-pihak terkait. Berikut beberapa diantaranya:

1. Saran Akademis

Berdasarkan hasil temuan, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian lanjutan terkait evaluasi program *We Love Bali* dari sisi pelaku pariwisata yang turut bekerja sama dalam pelaksanaan program. Hal ini dilakukan untuk melihat dampak program *We Love Bali* hingga saat ini dari sisi *sustainability* atau keberlanjutan program dan dampaknya pada pariwisata. Selain itu, peneliti juga menyarankan untuk melakukan penelitian serupa dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda.

Adapun metode penelitian yang direkomendasikan yakni dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Saryono (2010),

metode penelitian kualitatif adalah penelitian dengan tujuan untuk menemukan, menggambarkan, serta mendeskripsikan kualitas atau keunikan dari suatu pengaruh sosial. Maka dari itu penelitian dengan metode kualitatif sekiranya dapat menjawab alasan dibalik belum maksimalnya hasil yang dicapai oleh program *We Love Bali*. Hal ini dikarenakan informasi yang tidak ditemukan dalam penelitian kuantitatif dengan metode pertanyaan tertutup dapat ditemukan dengan kedalaman hasil dari penelitian kualitatif.

2. Saran Praktis

Dalam memberikan saran praktis kepada pihak-pihak terkait dari penelitian ini, maka peneliti akan merekomendasikan strategi yang dirancang dengan cara mengelola kekurangan serta memanfaatkan kelebihan hasil temuan penelitian.

Pertama, dalam penelitian ini, salah satu temuan yang perlu diperhatikan yakni terkait efektivitas program *We Love Bali* pada karakteristik wilayah tertentu. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa program *We Love Bali* memiliki efektivitas yang tinggi pada wilayah yang memiliki banyak destinasi wisata alam di daerahnya. Hal ini lantas dapat dimanfaatkan oleh pemerintah provinsi Bali selaku *stakeholder* kunci, untuk membuat kebijakan khusus dalam rangka menggenjot wisata alam bebas terbuka di Bali secara lebih lanjut. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memberikan subsidi bagi destinasi wisata yang berada di wilayah tersebut agar mereka mampu

mengembangkan serta mempromosikan wisata alamnya. Tidak hanya itu, pemerintah juga dapat membentuk kampanye lanjutan dengan tujuan untuk mengajak publik masyarakat melakukan wisata alam bebas terbuka namun tetap dengan tanggung jawab prokes yang ketat.

Kedua, saran lain diberikan peneliti dengan mempertimbangkan pengelolaan kelemahan dari temuan penelitian. Dari data yang ditemukan dalam penelitian menyebutkan bahwa efektivitas program *We Love Bali* pada responden dengan rentang usia 17-26 tahun belum seefektif responden pada rentang usia 41-54 tahun (lihat grafik 30). Padahal, program *We Love Bali* sendiri sejatinya didominasi oleh para peserta dengan usia 17-26 tahun. Selain itu, jika dilihat dari hasil temuan data maka dapat diketahui pula bahwa terdapat sekitar 3.5% responden (lihat grafik 13) yang masih belum memahami tujuan dari program *We Love Bali*. Hal ini sangat krusial mengingat para peserta program telah diwajibkan untuk mengikuti program dari awal hingga akhir.

Berdasarkan data tersebut di atas maka dibutuhkan strategi yang dapat digunakan untuk memperkuat pondasi awal yakni pengetahuan *audience* mengenai program *We Love Bali*. Hal ini dapat dilakukan dengan membentuk *awareness audience* tentang pentingnya berwisata kembali. Sehingga nantinya *audience* akan lebih siap dalam menyambut *new era of travel and tourism*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Blind, P.K. 2006. *Building Trust in Governmnt in The Twenty-First Century*. Vienna: United Nation UNDESA.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dwiyanto, Agus. 2011. *Mengembalikan Kepercayaan Publik Melalui Reformasi Birokrasi*. Jakarta: Gramedia.
- Effendy, Onong. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Gulo, W. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Hadi, Sutrisno. 1982. *Metodologi Research, Jilid 3*. Yogyakarta: YP. Fakultas Psikologi, UGM.
- Indra, I Made P. & Ika Cahyaningrum. 2019. *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remajarosdakarya.
- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Sanusi, Anwar. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, Singgih. 2014. *Statistik Parametrik Edisi Revisi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Saryono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Alfabeta.

Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Subagyo, Ahmad Wito. 2000. *Efektivitas Program Penanggulangan Kemiskinan dalam Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Venus, Antar. 2009. *Manajemen Kampanye: Cetakan Ketiga*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Wibowo. 2006. *Menejemen Perubahan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Jurnal

Paramita, Ida Bagus Gede, dan Putra, I Gede Gita Purnama Arsa. 2020. 'New Normal Bagi Pariwisata Bali di Masa Pandemi COVID 19'. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, h. 57-65

Tranter, Bruce, dan Skrbis, Zlatko. 2009. 'Trust and Confidence: A Study of Young Queenslanders'. *Australian Journal of Political Science*, 44(4), h. 659-678

Wacika, Putu Lingga. 2021. 'Strategi Komunikasi Krisis Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam Menghadapi Penyebaran Virus Korona'. *Jcommsci*, 4(1), h. 32-43

Skripsi

Amelia, Rizcah. 2015. *Efektivitas Pelaksanaan Program Penanganan Anak Jalanan di Dinas Sosial Kota Makassar*. Sarjana Ilmu Administrasi. Universitas Hasanuddin. Skripsi.

Tesis

Rofiq, Ainur. 2007. *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan Ecommerce di Indonesia)*. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya. Tesis.

Internet

Bali Antara News. 28 Oktober 2020. *Peserta “We Love Bali” Nikmati Wisata Nusa Penida-Lembongan*. Diakses pada 22 April 2021 dari <https://bali.antaranews.com/berita/214329/peserta-we-love-bali-nikmati-wisata-nusa-penida-lembongan>.

Bonauli. 24 April 2020. *Usai Corona, Pariwisata Indonesia Tak Akan Sama Lagi*. Diakses pada 22 April 2021 dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-4990089/usai-corona-pariwisata-indonesia-tak-akan-sama-lagi>.

Dinas Pariwisata Daerah Provinsi Bali. 22 Juli 2020. *Jadi Pilot Project, Wagub Cok Ace Optimis Kesiapan Bali Sambut Wisatawan*. Diakses pada 3 Maret 2021 dari <https://disparda.baliprov.go.id/jadi-pilot-project-wagub-cok-ace-optimis-kesiapan-bali-sambut-wisatawan/2020/07/>.

Dinas Pariwisata Daerah Provinsi Bali. 15 Oktober 2020. *Menparekraf Launching Program ‘We Love Bali’*. Diakses pada 3 Maret 2021 dari <https://disparda.baliprov.go.id/menteri-kemenparekraf-launching-program-we-love-bali/2020/10/>.

Kadafi, Moh. 12 November 2020. *Pariwisata Terpukul Pandemi Covid-19, Bali Kehilangan Devisa Rp 9,7 Triliun per Bulan*. Diakses pada 3 Maret 2021 dari

<https://m.merdeka.com/uang/pariwisata-terpukul-pandemi-covid-19-bali-kehilangan-devisa-rp97-triliun-per-bulan.html>.

Kadafi, Moh. 5 Februari 2021. *Dispar Bali Sebut Penjualan Hotel di Bali Terjadi Sebelum Pandemi Covid-19*. Diakses pada 3 Maret 2021 dari <https://m.merdeka.com/peristiwa/dispar-bali-sebut-penjualan-hotel-di-bali-terjadi-sebelum-pandemi-covid-19.html>.

Kemenparekraf Indonesia. 2020. *Mengenal Apa itu Sertifikasi CHSE?*. Diakses pada 21 April 2021 dari <https://chse.kemenparekraf.go.id/>.

Kemenparekraf Indonesia. 22 September 2020. *Kemenparekraf libatkan 4.400 peserta dalam program "We Love Bali"*. Diakses pada 3 Maret 2021 dari <https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/kemenparekraf-libatkan-4-000-peserta-dalam-program-we-love-bali/>.

Kemenparekraf Indonesia. 14 Oktober 2020. *Siaran Pers: Kemenparekraf Kampanye 'We Love Bali', Perkuat Penerapan Protokol Kesehatan*. Diakses pada 8 Juli 2021 dari <https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/siaran-pers-kemenparekraf-kampanye-we-love-bali-perkuat-penerapan-protokol-kesehatan/>.

Kemenparekraf Indonesia. 15 Oktober 2020. *Kemenparekraf Luncurkan Kampanye We Love Bali*. Diakses pada 8 Juli 2021 dari <https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/kemenparekraf-luncurkan-kampanye-we-love-bali/>.

Kompas TV. 15 Oktober 2020. *KEMENPAREKRAF Luncurkan Program We Love Bali*. Diakses pada 8 Juli 2021 dari

<https://www.kompas.tv/article/116044/kemenparekraf-luncurkan-program-we-love-bali>.

Kusniarti, A A Seri. 22 September 2020. *Implementasi CHSE Lewat Program We Love Bali Ajak 4.400 Turis Lokal*. Diakses pada 3 Maret 2021 dari <https://www.google.com/amp/s/tribunbalitravel.tribunnews.com/amp/2020/09/22/implementasi-chse-lewat-program-we-love-bali-ajak-4400-turis-lokal>.

Kusniarti, A A Seri. 13 Oktober 2020. *Trip 12 Program 'We Love Bali' Andalkan Perpaduan Pantai dan Desa Wisata*. Diakses pada 21 April 2021 dari <https://www.google.com/amp/s/tribunbalitravel.tribunnews.com/amp/2020/10/13/trip-12-program-we-love-bali-andalkan-perpaduan-pantai-dan-desa-wisata>.

Pemerintah Provinsi Bali. 2020. *PERS RELEASE: Kebijakan Pemulihan Pariwisata dan Perekonomian Terkait Virus Corona*. Diakses pada 3 Maret 2021 dari <https://www.baliprov.go.id/web/pers-release/>.

Pemerintah Provinsi Bali. Februari 2021. *Wagub Cok Ace Ajak Semua Komponen Bangun Pariwisata Berkelanjutan dan Berkualitas*. Diakses pada 21 April 2021 dari <https://www.baliprov.go.id/web/wagub-cok-ace-ajak-semua-komponen-bangun-pariwisata-berkelanjutan-dan-berkualitas/>.

Prakoso, Johannes R. 4 September 2020. *Agustus, Pariwisata Bali Anjlok 81% Akibat Corona*. Diakses pada 3 Maret 2021 dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-5160460/agustus-pariwisata-bali-anjlok-81-akibat-corona4>.

Riza, Angga. 14 Oktober 2020. *Kemenparekraf Luncurkan Program We Love Bali, Apa Tujuannya?*. Diakses pada 22 April 2021 dari

<https://travel.detik.com/travel-news/d-5213321/kemenparekrafluncurkan-program-we-love-bali-apa-tujuannya>.

Rosidin, Imam. 13 Mei 2020. *Dampak Pandemi Covid-19, Pariwisata Bali Rugi Rp 9,7 Triliun Tiap Bulan*. Diakses pada 3 Maret 2021 dari <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/regional/read/2020/05/13/17591091/dampak-pandemi-covid-19-pariwisata-bali-rugi-rp-97-triliun-tiap-bulan>.

Sandi, Ferry. 22 Juli 2020. *Gubernur Bali: Covid-19 Lebih Dahsyat dari Bom Bali 1 dan 2*. Diakses pada 3 Maret 2021 dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200722164118-4-174679/gubernur-bali-covid-19-lebih-dahsyat-dar-bom-bali-1-dan-2>.

Tribun Bali. 12 Februari 2021. *Inilah Program Sandiaga Pulihkan Pariwisata Bali, dari Stimulus Rp 9,9 T Hingga Padat Karya Rp 186 M*. Diakses pada 3 Maret 2021 dari <https://bali.tribunnews.com/amp/2021/02/12/inilah-program-sandiaga-pulihkan-pariwisata-bali-dari-stimulus-rp-99-t-hingga-padat-karya-rp-186-m?page=all>.

WTTC. 27 September 2020. *To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19*. Diakses pada 14 Maret 2021 dari <https://wtcc.org/Research/To-Recovery-Beyond>.

LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam,

Perkenalkan nama saya Ayu Fla Devia selaku mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam rangka memenuhi informasi terkait pengerjaan tugas akhir skripsi yang berjudul 'Efektivitas Program *We Love Bali* dalam Membangun Kepercayaan Peserta Program untuk Berwisata saat *New Era of Travel and Tourism* (Studi Deskriptif-Kuantitatif pada Peserta Program *We Love Bali*)', saya selaku peneliti meminta kesediaan saudara/i untuk membantu menyelesaikan penelitian ini dengan mengisi kuesioner di bawah secara jujur dan lengkap. Untuk kesediaan partisipasi dan waktu yang diberikan oleh saudara/i, peneliti mengucapkan terimakasih.

Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner ini ditujukan kepada saudara/i yang merupakan peserta dari program *We Love Bali* pada salah satu periode program di bulan Oktober sampai dengan November 2020.
2. Setiap pernyataan kuesioner ini harus dijawab dengan jujur sesuai pengalaman saudara/i.
3. Kuesioner ini memiliki beberapa pilihan jawaban sebagai berikut:

STS : Sangat tidak setuju

TS : Tidak setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat setuju

4. Silahkan tandai salah satu jawaban yang dipilih.

5. Pastikan tidak ada kolom jawaban yang kosong atau terlewat.

A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

- 17 – 26 tahun

- 27 – 40 tahun

- 40 – 54 tahun

- \geq 55 tahun

Jenis Kelamin :

- Perempuan

- Laki-laki

Pekerjaan :

- Dosen

- Guru

- Mahasiswa

- ASN (Aparatur Sipil Negara)

- Karyawan Swasta

- Komunitas Hobi

- *Photographer*

- *Influencer*

- Lainnya (silahkan tulis disini)

Program :

- Program 1 (Denpasar – Lovina – Kintamani – Denpasar)
- Program 2 (Denpasar – Medewi – Taman Nasional Bali Barat – Denpasar)
- Program 3 (Denpasar – Bongkasa Pertiwi – Taro – Undisan – Denpasar)
- Program 4 (Denpasar – Tabanan – Pupuan – Lovina – Les – Lempuyang – Denpasar)
- Program 5 (Denpasar – Jatiluwih – Batukaru – Pupuan – Denpasar)
- Program 6 (Denpasar – Besakih – Sibetan – Candidasa – Karangasem – Denpasar)
- Program 7 (Karangasem – Klungkung – Gianyar – Sanur – Kuta – Nusa Dua – Karangasem)
- Program 8 (Singaraja – Kintamani – Sanur – Pecatu – Tanah Lot – Bedugul – Singaraja)
- Program 9 (Jembrana – Tabanan – Nusa Dua – GWK – Karangasem – Jembrana)
- Program 10 (Sanur – Nusa Penida – Nusa Lembongan – Sanur)
- Program 11 (Denpasar – Carang Sari – Pelaga – Kintamani – Payangan – Ubud – Denpasar)
- Program 12 (Denpasar – Marga – Megati – Kediri – Tanah Lot – Denpasar)

B. Efektivitas Program *We Love Bali*

Pernyataan di bawah ini akan menjadi sumber data primer untuk mengukur variabel efektivitas program *We Love Bali*.

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
A.	Sasaran Program					
1.	Saya setuju dengan adanya program <i>We Love Bali</i> karena dapat membangun kepercayaan saya untuk berwisata kembali					
2.	Kegiatan selama program <i>We Love Bali</i> telah menggambarkan perilaku yang dapat meyakini saya untuk berwisata kembali					
3.	Kegiatan selama program <i>We Love Bali</i> berkaitan dengan bidang atau minat yang saya tekuni					
B.	Sosialisai Program					
1.	Informasi yang diberikan dalam program <i>We Love Bali</i> telah tepat dan akurat dalam menggambarkan berwisata di era baru					
2.	Saya membutuhkan informasi yang dibagikan saat pelaksanaan program <i>We Love Bali</i> karena dapat membantu					

	membangun kepercayaan saya untuk berwisata kembali					
3.	Adanya program <i>We Love Bali</i> memudahkan saya untuk mendapatkan informasi mengenai tata cara berwisata kembali di era pandemi					
4.	Informasi yang disampaikan dalam program <i>We Love Bali</i> telah dikemas dengan menarik					
5.	Mudah bagi saya untuk mengakses media yang membagikan informasi terkait pelaksanaan program <i>We Love Bali</i>					
6.	Saya tertarik untuk mengikuti informasi lebih lanjut mengenai berwisata kembali di era baru setelah mengikuti program <i>We Love Bali</i>					
C.	Tujuan Program					
1.	Saya memahami bahwa tujuan program <i>We Love Bali</i> yakni untuk membangun kepercayaan saya untuk berwisata kembali di era baru					

2.	Program <i>We Love Bali</i> bermanfaat bagi saya karena dapat mempelajari cara berwisata di era baru					
3.	Menurut saya program <i>We Love Bali</i> penting dilakukan untuk dapat membangun kepercayaan saya dalam berwisata kembali					
4.	Program <i>We Love Bali</i> memberikan perubahan positif melalui kegiatan dan informasi yang diberikan saat program dilaksanakan					
5.	Program <i>We Love Bali</i> membangun kepercayaan saya untuk berwisata kembali					
D.	Pemantauan Program					
1.	Saya senang dan puas dengan kegiatan serta informasi yang diberikan selama mengikuti program <i>We Love Bali</i>					
2.	Saya terkesan dengan kegiatan dan informasi yang telah dipersiapkan pelaksana program dalam program <i>We Love Bali</i>					

C. Membangun Kepercayaan

Pernyataan di bawah ini akan menjadi sumber data primer untuk mengukur variabel membangun kepercayaan.

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
A.	Kemampuan					
1.	Program <i>We Love Bali</i> mampu mengajarkan saya cara berwisata kembali di era baru					
2.	Menurut saya, pelaksana program <i>We Love Bali</i> telah berpengalaman dalam mengarahkan peserta mengenai cara berwisata di era baru					
3.	Program <i>We Love Bali</i> memberikan berbagai informasi terkait berwisata di era baru					
4.	Menurut saya, program <i>We Love Bali</i> telah dipersiapkan dengan baik untuk menyambut era baru dari <i>travel and tourism</i>					
B.	Kebaikan Hati					
1.	Dalam pelaksanaannya, program <i>We Love Bali</i> telah memperhatikan hal-hal yang					

	diperlukan peserta agar mampu berwisata kembali					
2.	Program <i>We Love Bali</i> selalu memberikan informasi penting terkait berwisata baik itu ketika program dilaksanakan atau setelah program selesai dilaksanakan					
3.	Program <i>We Love Bali</i> memberikan saya harapan agar dapat berwisata kembali di era baru					
C.	Integritas					
1.	Kegiatan dalam program <i>We Love Bali</i> telah memenuhi apa yang saya harapkan mengenai berwisata kembali					
2.	Menurut saya, program <i>We Love Bali</i> tidak menyembunyikan informasi apapun yang penting untuk diketahui oleh peserta berkaitan dengan berwisata kembali di era baru					
3.	Program <i>We Love Bali</i> dapat saya handalkan untuk mengajarkan saya cara berwisata kembali di era baru					

2. r tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432



3. Hasil Uji Instrumen

a. Hasil Uji Validitas

1) Hasil Uji Validitas Variabel Efektivitas Program *We Love Bali*

		Correlations																
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X
X1	Pearson Correlation	1	.721**	.564**	.356*	.597**	.229	.364**	.203	.430**	.361*	.510**	.677**	.374**	.451**	.478**	.389**	.657**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.011	.000	.110	.009	.158	.002	.010	.000	.000	.008	.001	.000	.005	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	.721**	1	.680**	.611**	.669**	.505**	.560**	.403**	.573**	.594**	.620**	.715**	.411**	.715**	.634**	.571**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X3	Pearson Correlation	.564**	.680**	1	.455**	.596**	.418**	.528**	.327*	.466**	.455**	.315*	.589**	.471**	.626**	.308*	.483**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.003	.000	.020	.001	.001	.026	.000	.001	.000	.029	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X4	Pearson Correlation	.356*	.611**	.455**	1	.516**	.619**	.772**	.501**	.547**	.453**	.519**	.517**	.542**	.639**	.482**	.553**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X5	Pearson Correlation	.597**	.669**	.596**	.516**	1	.685**	.634**	.437**	.666**	.458**	.518**	.629**	.474**	.629**	.605**	.560**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X6	Pearson Correlation	.229	.505**	.418**	.619**	.685**	1	.697**	.614**	.646**	.602**	.491**	.486**	.478**	.673**	.448**	.494**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.110	.000	.003	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X7	Pearson Correlation	.364**	.560**	.528**	.772**	.634**	.697**	1	.619**	.723**	.692**	.520**	.466**	.458**	.629**	.551**	.715**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X8	Pearson Correlation	.203	.403**	.327*	.501**	.437**	.614**	.619**	1	.560**	.508**	.383**	.316*	.302*	.444**	.155	.200	.593**
	Sig. (2-tailed)	.158	.004	.020	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.006	.025	.033	.001	.283	.163	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X9	Pearson Correlation	.430**	.573**	.466**	.547**	.666**	.646**	.723**	.560**	1	.656**	.551**	.484**	.397**	.599**	.574**	.518**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X10	Pearson Correlation	.361*	.594**	.455**	.453**	.458**	.602**	.692**	.508**	.656**	1	.585**	.510**	.283*	.729**	.483**	.602**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.001	.001	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.046	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X11	Pearson Correlation	.510**	.620**	.315*	.519**	.518**	.491**	.520**	.383**	.551**	.585**	1	.704**	.411**	.642**	.616**	.571**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.026	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000		.000	.003	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X12	Pearson Correlation	.677**	.715**	.589**	.517**	.629**	.486**	.466**	.316*	.484**	.510**	.704**	1	.531**	.783**	.542**	.553**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.025	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X13	Pearson Correlation	.374**	.411**	.471**	.542**	.474**	.478**	.458**	.302*	.397**	.283*	.411**	.531**	1	.531**	.397**	.438**	.629**
	Sig. (2-tailed)	.008	.003	.001	.000	.001	.000	.001	.033	.004	.046	.003	.000		.000	.004	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X14	Pearson Correlation	.451**	.715**	.626**	.639**	.629**	.673**	.629**	.444**	.599**	.729**	.642**	.783**	.531**	1	.657**	.679**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X15	Pearson Correlation	.478**	.634**	.308*	.482**	.605**	.448**	.551**	.155	.574**	.483**	.616**	.542**	.397**	.657**	1	.787**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.029	.000	.000	.001	.000	.283	.000	.000	.000	.000	.004	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X16	Pearson Correlation	.389**	.571**	.483**	.553**	.560**	.494**	.715**	.200	.518**	.602**	.571**	.553**	.438**	.679**	.787**	1	.747**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.163	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X	Pearson Correlation	.657**	.839**	.716**	.752**	.809**	.751**	.825**	.593**	.781**	.746**	.736**	.796**	.629**	.868**	.710**	.747**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2) Hasil Uji Validitas Variabel Membangun Kepercayaan Peserta

Program untuk Berwisata

		Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.623**	.621**	.463**	.623**	.622**	.587**	.612**	.699**	.553**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	.623**	1	.647**	.489**	.655**	.521**	.407**	.560**	.590**	.448**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	.621**	.647**	1	.487**	.647**	.529**	.631**	.779**	.575**	.388**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y4	Pearson Correlation	.463**	.489**	.487**	1	.550**	.566**	.596**	.627**	.440**	.550**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y5	Pearson Correlation	.623**	.655**	.647**	.550**	1	.747**	.632**	.560**	.590**	.655**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y6	Pearson Correlation	.622**	.521**	.529**	.566**	.747**	1	.633**	.660**	.626**	.672**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y7	Pearson Correlation	.587**	.407**	.631**	.596**	.632**	.633**	1	.751**	.523**	.707**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y8	Pearson Correlation	.612**	.560**	.779**	.627**	.560**	.660**	.751**	1	.688**	.560**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y9	Pearson Correlation	.699**	.590**	.575**	.440**	.590**	.626**	.523**	.688**	1	.648**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y10	Pearson Correlation	.553**	.448**	.388**	.550**	.655**	.672**	.707**	.560**	.648**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y	Pearson Correlation	.802**	.746**	.795**	.728**	.830**	.820**	.807**	.858**	.807**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



b. Hasil Uji Reliabilitas

1) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Efektivitas Program *We Love Bali*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	67.6000	48.000	.595	.942
X2	67.5400	47.804	.813	.937
X3	67.7800	45.930	.649	.942
X4	67.5800	48.861	.718	.939
X5	67.6000	48.000	.779	.937
X6	67.5200	48.949	.717	.939
X7	67.6600	47.494	.796	.937
X8	67.8400	48.341	.518	.944
X9	67.5800	48.249	.748	.938
X10	67.5400	48.253	.706	.939
X11	67.6200	48.975	.700	.939
X12	67.5800	47.759	.763	.937
X13	67.7200	49.063	.573	.942
X14	67.5800	47.106	.846	.936
X15	67.5800	48.861	.667	.940
X16	67.4800	49.071	.713	.939

2) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Membangun Kepercayaan Peserta Program untuk Berwisata

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	40.5400	16.417	.752	.927
Y2	40.6000	16.653	.684	.931
Y3	40.6200	16.200	.738	.928
Y4	40.6200	16.363	.653	.933
Y5	40.6000	16.245	.786	.926
Y6	40.5400	16.580	.777	.927
Y7	40.5600	16.619	.762	.927
Y8	40.7000	15.684	.815	.924
Y9	40.7000	15.765	.747	.928
Y10	40.6000	16.531	.715	.929

4. Distribusi Frekuensi Responden

Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-26 tahun	124	72.1	72.1	72.1
	27-40 tahun	43	25.0	25.0	97.1
	41-54 tahun	5	2.9	2.9	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	71	41.3	41.3	41.3
	Perempuan	101	58.7	58.7	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

Pekerjaan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dosen	2	1.2	1.2	1.2
	Guru	6	3.5	3.5	4.7
	Mahasiswa	73	42.4	42.4	47.1
	ASN	1	.6	.6	47.7
	Karyawan Swasta	62	36.0	36.0	83.7
	Komunitas Hobi	6	3.5	3.5	87.2
	Photographer	4	2.3	2.3	89.5
	Influencer	4	2.3	2.3	91.9
	Lainnya	14	8.1	8.1	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

Program yang diikuti Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Program 1	15	8.7	8.7	8.7
	Program 2	29	16.9	16.9	25.6
	Program 3	10	5.8	5.8	31.4
	Program 4	10	5.8	5.8	37.2
	Program 5	9	5.2	5.2	42.4
	Program 6	16	9.3	9.3	51.7
	Program 7	11	6.4	6.4	58.1
	Program 8	13	7.6	7.6	65.7
	Program 9	24	14.0	14.0	79.7
	Program 10	20	11.6	11.6	91.3
	Program 11	10	5.8	5.8	97.1
	Program 12	5	2.9	2.9	100.0
	Total		172	100.0	100.0



5. Distribusi Frekuensi Hasil Jawaban Responden

a. Item Pertanyaan Variabel Efektivitas Program *We Love Bali*

- 1) Keberadaan program *We Love Bali* dapat membangun kepercayaan peserta program untuk berwisata kembali

Keberadaan program *We Love Bali* dapat membangun kepercayaan untuk berwisata kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Tidak Setuju	1	.6	.6	1.2
	Netral	9	5.2	5.2	6.4
	Setuju	47	27.3	27.3	33.7
	Sangat Setuju	114	66.3	66.3	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 2) Kegiatan selama program *We Love Bali* menggambarkan perilaku yang dapat meyakini untuk berwisata kembali

Kegiatan selama program *We Love Bali* menggambarkan perilaku yang dapat meyakini untuk berwisata kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	10	5.8	5.8	5.8
	Setuju	52	30.2	30.2	36.0
	Sangat Setuju	110	64.0	64.0	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 3) Kegiatan dalam program *We Love Bali* berkaitan dengan bidang atau minat yang ditekuni

Kegiatan dalam program *We Love Bali* berkaitan dengan bidang atau minat yang ditekuni

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Tidak Setuju	5	2.9	2.9	3.5
	Netral	17	9.9	9.9	13.4
	Setuju	55	32.0	32.0	45.3
	Sangat Setuju	94	54.7	54.7	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 4) Informasi dalam program *We Love Bali* tepat dan akurat dalam menggambarkan berwisata di era baru

Informasi dalam program We Love Bali tepat dan akurat dalam menggambarkan berwisata di era baru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Netral	6	3.5	3.5	4.1
	Setuju	67	39.0	39.0	43.0
	Sangat Setuju	98	57.0	57.0	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 5) Butuhnya informasi dalam program *We Love Bali* kaarena membantu membangun kepercayaan peserta program untuk berwisata kembali

Butuhnya informasi dalam program We Love Bali karena membantu membangun kepercayaan untuk berwisata kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Netral	8	4.7	4.7	5.2
	Setuju	74	43.0	43.0	48.3
	Sangat Setuju	89	51.7	51.7	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 6) Keberadaan program *We Love Bali* memudahkan mendapatkan informasi tentang tata cara berwisata kembali

Keberadaan program We Love Bali memudahkan mendapatkan informasi tentang tata cara berwisata kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	6	3.5	3.5	3.5
	Setuju	58	33.7	33.7	37.2
	Sangat Setuju	108	62.8	62.8	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 7) Informasi yang disampaikan dalam program *We Love Bali* dikemas dengan menarik

Keberadaan program We Love Bali memudahkan mendapatkan informasi tentang tata cara berwisata kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	6	3.5	3.5	3.5
	Setuju	58	33.7	33.7	37.2
	Sangat Setuju	108	62.8	62.8	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 8) Mudahnya mengakses media yang membagikan informasi tentang program *We Love Bali*

Mudahnya mengakses media yang membagikan informasi tentang program We Love Bali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Tidak Setuju	6	3.5	3.5	4.1
	Netral	18	10.5	10.5	14.5
	Setuju	71	41.3	41.3	55.8
	Sangat Setuju	76	44.2	44.2	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 9) Tertarik untuk mengikuti informasi lebih lanjut tentang berwisata kembali setelah mengikuti program *We Love Bali*

Tertarik untuk mengikuti informasi lebih lanjut tentang berwisata kembali setelah mengikuti program We Love Bali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	4	2.3	2.3	2.3
	Setuju	60	34.9	34.9	37.2
	Sangat Setuju	108	62.8	62.8	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 10) Memahami tujuan program *We Love Bali* yakni untuk membangun kepercayaan peserta program untuk berwisata kembali

Memahami tujuan program We Love Bali yakni untuk membangun kepercayaan untuk berwisata kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Netral	5	2.9	2.9	3.5
	Setuju	51	29.7	29.7	33.1
	Sangat Setuju	115	66.9	66.9	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 11) Program *We Love Bali* bermanfaat karena dapat mempelajari cara berwisata di era baru

Program We Love Bali bermanfaat karena dapat mempelajari cara berwisata di era baru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Netral	6	3.5	3.5	4.1
	Setuju	62	36.0	36.0	40.1
	Sangat Setuju	103	59.9	59.9	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 12) Program *We Love Bali* penting dilakukan karena dapat membangun kepercayaan peserta program dalam berwisata kembali

Program We Love Bali penting dilakukan karena dapat membangun kepercayaan dalam berwisata kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.2	1.2	1.2
	Netral	8	4.7	4.7	5.8
	Setuju	53	30.8	30.8	36.6
	Sangat Setuju	109	63.4	63.4	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 13) Program *We Love Bali* memberikan perubahan positif melalui kegiatan dan informasi yang diberikan

Program We Love Bali memberikan perubahan positif melalui kegiatan dan informasi yang diberikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.2	1.2	1.2
	Netral	8	4.7	4.7	5.8
	Setuju	69	40.1	40.1	45.9
	Sangat Setuju	93	54.1	54.1	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 14) Program *We Love Bali* membangun kepercayaan peserta program untuk berwisata kembali

Program We Love Bali membangun kepercayaan untuk berwisata kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.2	1.2	1.2
	Netral	10	5.8	5.8	7.0
	Setuju	58	33.7	33.7	40.7
	Sangat Setuju	102	59.3	59.3	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 15) Senang dan puas dengan kegiatan serta informasi yang diberikan program *We Love Bali*

Senang dan puas dengan kegiatan serta informasi yang diberikan program We Love Bali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.2	1.2	1.2
	Netral	5	2.9	2.9	4.1
	Setuju	57	33.1	33.1	37.2
	Sangat Setuju	108	62.8	62.8	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 16) Terkesan dengan kegiatan dan informasi yang telah dipersiapkan program *We Love Bali*

**Terkesan dengan kegiatan, informasi dan hal lainnya yang telah
dipersiapkan program We Love Bali**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.2	1.2	1.2
	Tidak Setuju	2	1.2	1.2	2.3
	Netral	3	1.7	1.7	4.1
	Setuju	50	29.1	29.1	33.1
	Sangat Setuju	115	66.9	66.9	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

b. Item Pertanyaan Variabel Membangun Kepercayaan Peserta Program untuk Berwisata

1) Program *We Love Bali* mampu mengajarkan cara berwisata kembali di era baru

**Program We Love Bali mampu mengajarkan cara berwisata
kembali di era baru**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	7	4.1	4.1	4.1
	Setuju	59	34.3	34.3	38.4
	Sangat Setuju	106	61.6	61.6	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

2) Pelaksana program *We Love Bali* berpengalaman dalam mengarahkan peserta mengenai cara berwisata di era baru

**Pelaksana program We Love Bali berpengalaman dalam
mengarahkan peserta mengenai cara berwisata di era baru**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Tidak Setuju	1	.6	.6	1.2
	Netral	9	5.2	5.2	6.4
	Setuju	66	38.4	38.4	44.8
	Sangat Setuju	95	55.2	55.2	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 3) Program *We Love Bali* memberikan berbagai informasi terkait berwisata di era baru

Program We Love Bali memberikan berbagai informasi terkait berwisata di era baru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	7	4.1	4.1	4.1
	Setuju	68	39.5	39.5	43.6
	Sangat Setuju	97	56.4	56.4	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 4) Program *We Love Bali* dipersiapkan dengan baik untuk menyambut era baru dari *travel and tourism*

Program We Love Bali dipersiapkan dengan baik untuk menyambut era baru dari travel and tourism

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	2.3	2.3	2.3
	Netral	7	4.1	4.1	6.4
	Setuju	59	34.3	34.3	40.7
	Sangat Setuju	102	59.3	59.3	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 5) Program *We Love Bali* memperhatikan hal-hal yang diperlukan peserta agar mampu berwisata kembali

Program We Love Bali memperhatikan hal-hal yang diperlukan peserta agar mampu berwisata kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	8	4.7	4.7	4.7
	Setuju	69	40.1	40.1	44.8
	Sangat Setuju	95	55.2	55.2	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 6) Program *We Love Bali* memberikan informasi tentang berwisata kembali di era baru baik itu ketika ataupun setelah program selesai

Program We Love Bali memberikan informasi baik itu ketika ataupun setelah program selesai dilaksanakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.2	1.2	1.2
	Netral	10	5.8	5.8	7.0
	Setuju	65	37.8	37.8	44.8
	Sangat Setuju	95	55.2	55.2	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 7) Program *We Love Bali* memberikan harapan agar dapat berwisata kembali di era baru

Program We Love Bali memberikan harapan agar dapat berwisata kembali di era baru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Netral	8	4.7	4.7	5.2
	Setuju	62	36.0	36.0	41.3
	Sangat Setuju	101	58.7	58.7	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 8) Kegiatan dalam program *We Love Bali* memenuhi harapan mengenai berwisata kembali

Kegiatan dalam program We Love Bali memenuhi harapan mengenai berwisata kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	1.7	1.7	1.7
	Netral	11	6.4	6.4	8.1
	Setuju	67	39.0	39.0	47.1
	Sangat Setuju	91	52.9	52.9	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

- 9) Program *We Love Bali* tidak menyembunyikan informasi apapun berkaitan dengan berwisata kembali di era baru

Program We Love Bali tidak menyembunyikan informasi apapun berkaitan dengan berwisata kembali di era baru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	17	9.9	9.9	9.9
	Setuju	68	39.5	39.5	49.4
	Sangat Setuju	87	50.6	50.6	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

10) Program *We Love Bali* dapat diandalkan untuk mengajarkan cara berwisata kembali di era baru

Program We Love Bali dapat diandalkan untuk mengajarkan cara berwisata kembali di era baru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Netral	7	4.1	4.1	4.7
	Setuju	72	41.9	41.9	46.5
	Sangat Setuju	92	53.5	53.5	100.0
	Total	172	100.0	100.0	

6. Hasil Tabulasi Silang

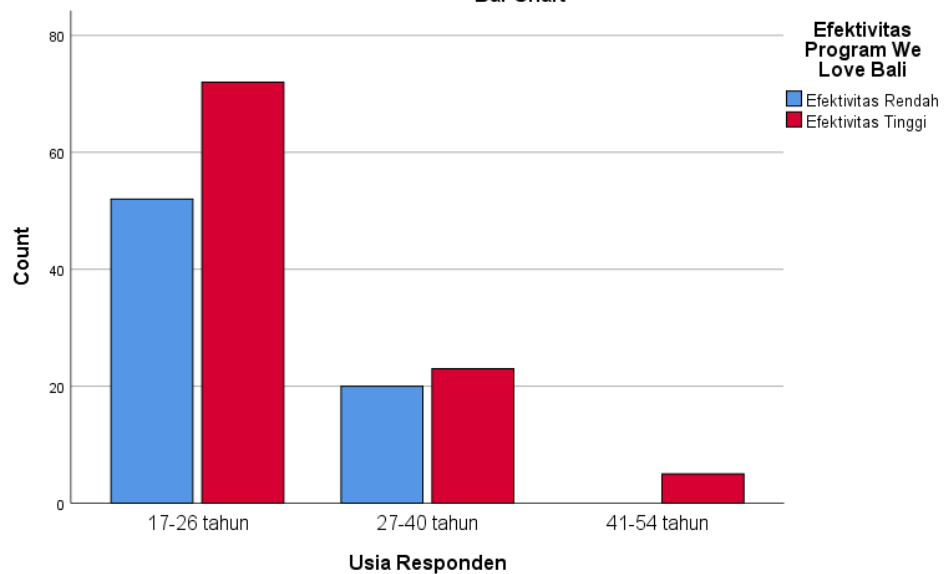
a. Hasil Tabulasi Silang Efektivitas Program *We Love Bali* dengan Usia Responden

**Usia Responden * Efektivitas Program We Love Bali
Crosstabulation**

Count

		Efektivitas Program We Love Bali		Total
		Efektivitas Rendah	Efektivitas Tinggi	
Usia Responden	17-26 tahun	52	72	124
	27-40 tahun	20	23	43
	41-54 tahun	0	5	5
Total		72	100	172

Bar Chart



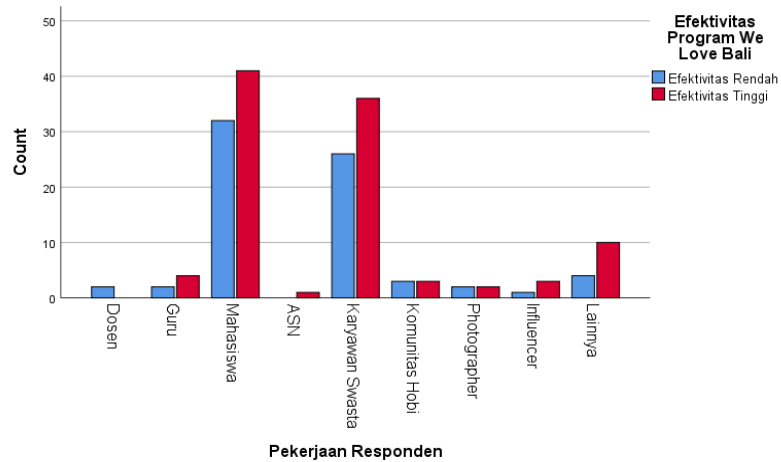
b. Hasil Tabulasi Silang Efektivitas Program *We Love Bali* dengan Pekerjaan Responden

**Pekerjaan Responden * Efektivitas Program *We Love Bali*
Crosstabulation**

Count

		Efektivitas Program <i>We Love Bali</i>		Total
		Efektivitas Rendah	Efektivitas Tinggi	
Pekerjaan Responden	Dosen	2	0	2
	Guru	2	4	6
	Mahasiswa	32	41	73
	ASN	0	1	1
	Karyawan Swasta	26	36	62
	Komunitas Hobi	3	3	6
	Photographer	2	2	4
	Influencer	1	3	4
	Lainnya	4	10	14
Total	72	100	172	

Bar Chart



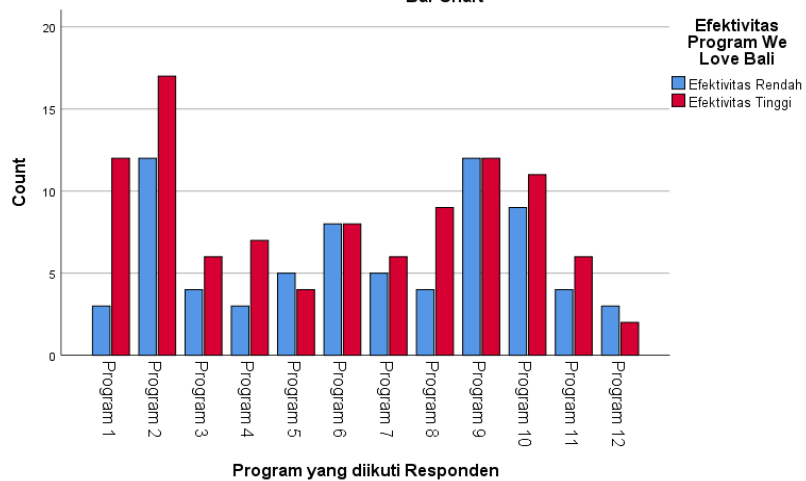
c. Hasil Tabulasi Silang Efektivitas Program *We Love Bali* dengan Program yang diikuti Responden

Program yang diikuti Responden * Efektivitas Program *We Love Bali* Crosstabulation

Count

		Efektivitas Program <i>We Love Bali</i>		Total
		Efektivitas Rendah	Efektivitas Tinggi	
Program yang diikuti Responden	Program 1	3	12	15
	Program 2	12	17	29
	Program 3	4	6	10
	Program 4	3	7	10
	Program 5	5	4	9
	Program 6	8	8	16
	Program 7	5	6	11
	Program 8	4	9	13
	Program 9	12	12	24
	Program 10	9	11	20
	Program 11	4	6	10
	Program 12	3	2	5
Total		72	100	172

Bar Chart



39.	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	78
40.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
41.	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	71
42.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
43.	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	75
44.	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	72
45.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
46.	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
47.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
48.	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	75
49.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
50.	5	4	2	4	4	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	66
51.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
52.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	78
53.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
54.	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	77
55.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
56.	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	70
57.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
58.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	68
59.	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	59
60.	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	76
61.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
62.	3	4	5	3	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	2	1	57
63.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
64.	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	78
65.	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	77
66.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
67.	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	78
68.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
69.	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	65
70.	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	70
71.	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	79
72.	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	75
73.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	76
74.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
75.	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	71
76.	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	3	4	3	4	5	62
77.	4	3	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	66
78.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
79.	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	77
80.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
81.	5	4	5	5	3	4	5	5	5	3	3	4	4	3	4	4	66
82.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
83.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	61
84.	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	76
85.	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	79
86.	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	73

135.	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	64
136.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	76
137.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	77
138.	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	76
139.	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
140.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	65
141.	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	64
142.	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	66
143.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
144.	1	3	1	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	57
145.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
146.	4	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	69
147.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
148.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
149.	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	69
150.	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	61
151.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
152.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	76
153.	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
154.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
155.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
156.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
157.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
158.	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	74
159.	4	3	4	3	2	3	2	3	4	4	2	4	3	2	2	2	2	47
160.	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	71
161.	3	4	2	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	64
162.	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	71
163.	3	3	5	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	45
164.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
165.	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	63
166.	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	73
167.	5	5	3	3	3	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	67
168.	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
169.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
170.	5	5	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74
171.	5	5	4	5	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
172.	3	3	4	2	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	5	5	61
TOTAL	12.443																	

Keterangan:

- Nomor urut dari kiri ke kanan (nomor 1 – 16) merupakan nomor item pernyataan.
- Nomor urut dari atas ke bawah (nomor 1 – 172) merupakan nomor item responden.

b. Hasil Jawaban Responden untuk Variabel Membangun

Kepercayaan Peserta Program untuk Berwisata (Variabel Y)

No.	Hasil Jawaban Variabel Membangun Kepercayaan Peserta Program untuk Berwisata (Variabel Y)										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4.	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	37
5.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7.	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
8.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
10.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
11.	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46
12.	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
13.	5	1	5	5	5	5	5	5	4	5	45
14.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
16.	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	47
17.	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	35
18.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
19.	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	45
20.	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
21.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
23.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24.	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43
25.	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	36
26.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
27.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
28.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29.	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
30.	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
31.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36.	5	5	4	5	3	5	4	5	4	4	44
37.	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	44

134.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
135.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
136.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
137.	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
138.	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
139.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
140.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
141.	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	44
142.	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	44
143.	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
144.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
145.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
146.	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
147.	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
148.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
149.	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	40
150.	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	36
151.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
152.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
153.	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
154.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
155.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
156.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
157.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
158.	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	40
159.	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	26
160.	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	43
161.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
162.	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	43
163.	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	27
164.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
165.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
166.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
167.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
168.	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
169.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
170.	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	39
171.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
172.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
TOTAL											7.723

Keterangan:

- Nomor urut dari kiri ke kanan (nomor 1 – 10) merupakan nomor item pernyataan.
- Nomor urut dari atas ke bawah (nomor 1 – 172) merupakan nomor item responden.

8. Hasil Hitung Rata-Rata Variabel

a. Hasil Hitung Rata-Rata Variabel X

Statistics

TOTAL VARIABEL X

N	Valid	172
	Missing	0
Mean		72.34
Mode		80
Sum		12443

b. Hasil Hitung Rata-Rata Variabel Y

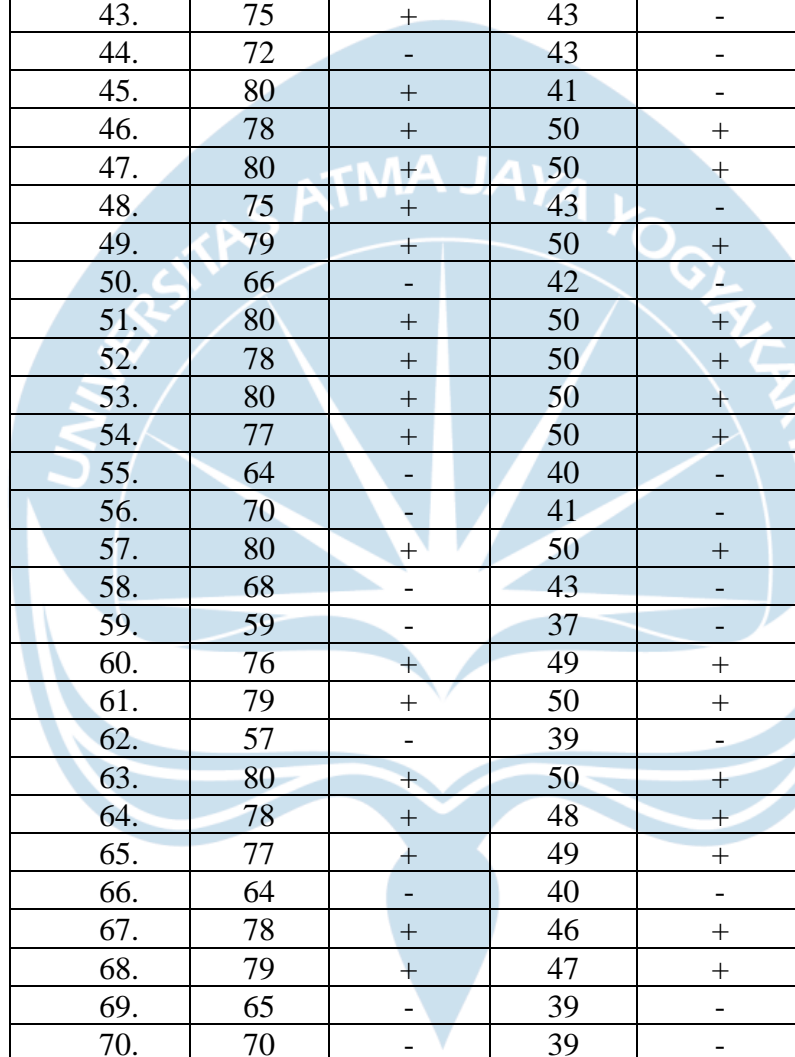
Statistics

TOTAL VARIABEL Y

N	Valid	172
	Missing	0
Mean		44.90
Mode		50
Sum		7723

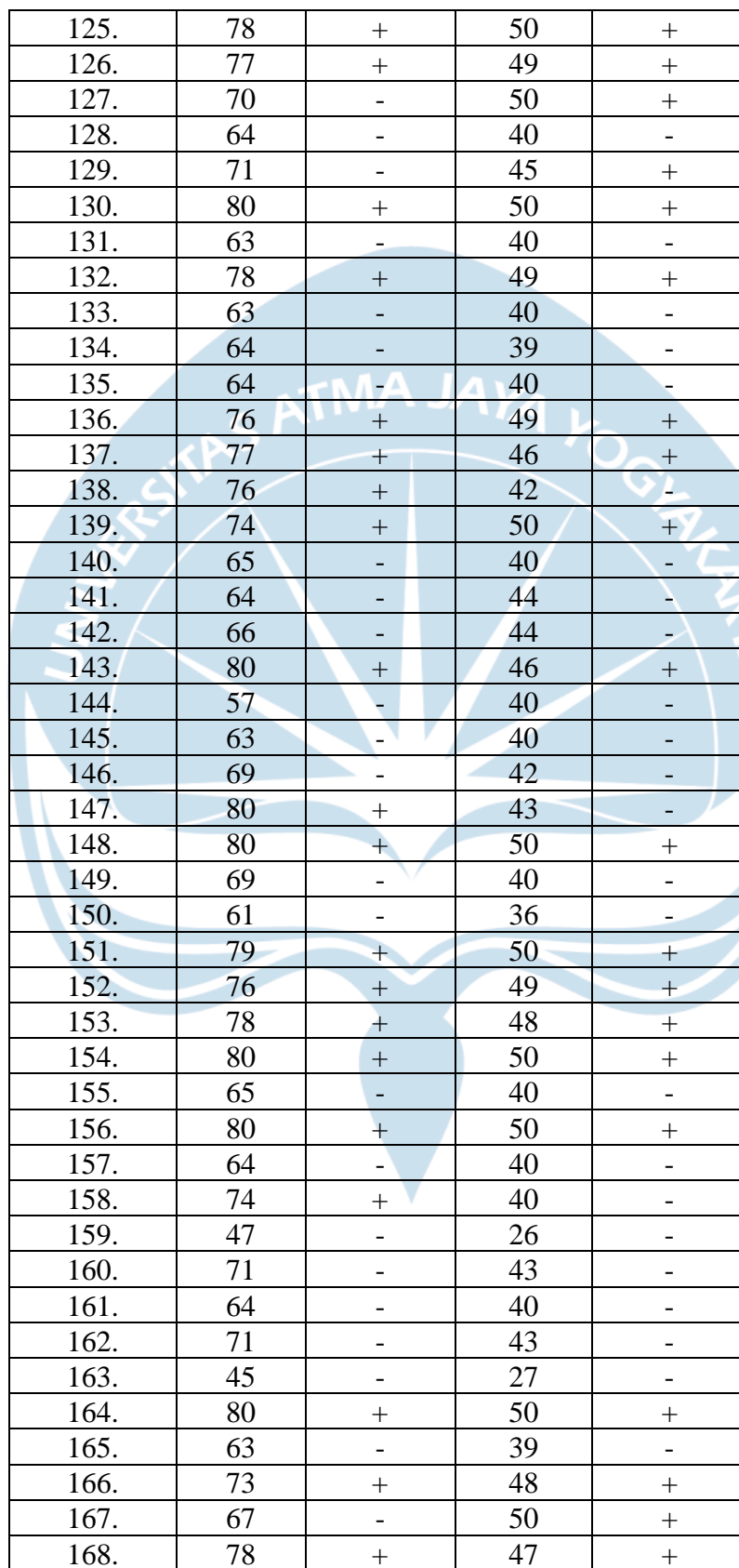
9. Kategori Nilai Responden untuk Masing-Masing Variabel

No. Responden	Variabel Efektivitas Program <i>We Love Bali</i> (72,34)		Variabel Membangun Kepercayaan Peserta Program untuk Berwisata (44,90)	
	Nilai	Kategori	Nilai	Kategori
1.	80	+	50	+
2.	80	+	50	+
3.	80	+	50	+
4.	61	-	37	-
5.	80	+	50	+
6.	65	-	40	-
7.	73	+	48	+
8.	80	+	50	+
9.	63	-	39	-
10.	64	-	39	-
11.	80	+	46	+
12.	80	+	42	-
13.	80	+	45	+
14.	64	-	40	-
15.	75	+	41	-
16.	77	+	47	+
17.	62	-	35	-
18.	72	-	49	+
19.	69	-	45	+
20.	64	-	42	-
21.	80	+	50	+
22.	76	+	49	+
23.	64	-	40	-
24.	71	-	43	-
25.	64	-	36	-
26.	80	+	49	+
27.	74	+	49	+
28.	68	-	40	-
29.	55	-	31	-
30.	80	+	49	+
31.	74	+	50	+
32.	75	+	50	+
33.	77	+	50	+
34.	79	+	50	+
35.	64	-	40	-
36.	71	-	44	-



37.	68	-	44	-
38.	77	+	49	+
39.	78	+	50	+
40.	80	+	50	+
41.	71	-	43	-
42.	80	+	50	+
43.	75	+	43	-
44.	72	-	43	-
45.	80	+	41	-
46.	78	+	50	+
47.	80	+	50	+
48.	75	+	43	-
49.	79	+	50	+
50.	66	-	42	-
51.	80	+	50	+
52.	78	+	50	+
53.	80	+	50	+
54.	77	+	50	+
55.	64	-	40	-
56.	70	-	41	-
57.	80	+	50	+
58.	68	-	43	-
59.	59	-	37	-
60.	76	+	49	+
61.	79	+	50	+
62.	57	-	39	-
63.	80	+	50	+
64.	78	+	48	+
65.	77	+	49	+
66.	64	-	40	-
67.	78	+	46	+
68.	79	+	47	+
69.	65	-	39	-
70.	70	-	39	-
71.	79	+	50	+
72.	75	+	50	+
73.	76	+	46	+
74.	80	+	50	+
75.	71	-	42	-
76.	62	-	42	-
77.	66	-	42	-
78.	80	+	50	+
79.	77	+	49	+
80.	79	+	50	+

81.	66	-	37	-
82.	80	+	50	+
83.	61	-	40	-
84.	76	+	50	+
85.	79	+	50	+
86.	73	+	46	+
87.	64	-	39	-
88.	50	-	27	-
89.	78	+	46	+
90.	78	+	45	+
91.	63	-	38	-
92.	67	-	42	-
93.	74	+	49	+
94.	80	+	50	+
95.	64	-	39	-
96.	80	+	44	-
97.	76	+	49	+
98.	65	-	41	-
99.	80	+	50	+
100.	75	+	44	-
101.	79	+	50	+
102.	80	+	49	+
103.	79	+	50	+
104.	80	+	47	+
105.	80	+	50	+
106.	80	+	50	+
107.	68	-	40	-
108.	72	-	45	+
109.	79	+	47	+
110.	57	-	38	-
111.	73	+	46	+
112.	75	+	50	+
113.	80	+	50	+
114.	64	-	44	-
115.	79	+	50	+
116.	80	+	50	+
117.	64	-	40	-
118.	58	-	37	-
119.	69	-	43	-
120.	72	-	43	-
121.	80	+	50	+
122.	80	+	50	+
123.	76	+	44	-
124.	73	+	49	+



125.	78	+	50	+
126.	77	+	49	+
127.	70	-	50	+
128.	64	-	40	-
129.	71	-	45	+
130.	80	+	50	+
131.	63	-	40	-
132.	78	+	49	+
133.	63	-	40	-
134.	64	-	39	-
135.	64	-	40	-
136.	76	+	49	+
137.	77	+	46	+
138.	76	+	42	-
139.	74	+	50	+
140.	65	-	40	-
141.	64	-	44	-
142.	66	-	44	-
143.	80	+	46	+
144.	57	-	40	-
145.	63	-	40	-
146.	69	-	42	-
147.	80	+	43	-
148.	80	+	50	+
149.	69	-	40	-
150.	61	-	36	-
151.	79	+	50	+
152.	76	+	49	+
153.	78	+	48	+
154.	80	+	50	+
155.	65	-	40	-
156.	80	+	50	+
157.	64	-	40	-
158.	74	+	40	-
159.	47	-	26	-
160.	71	-	43	-
161.	64	-	40	-
162.	71	-	43	-
163.	45	-	27	-
164.	80	+	50	+
165.	63	-	39	-
166.	73	+	48	+
167.	67	-	50	+
168.	78	+	47	+

169.	79	+	50	+
170.	74	+	39	-
171.	75	+	50	+
172.	61	-	41	-



10. Klasifikasi Data Variabel

a. Klasifikasi Variabel X

Kategori untuk Variabel X

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	72	41.9	41.9	41.9
	Tinggi	100	58.1	58.1	100.0
Total		172	100.0	100.0	

b. Klasifikasi Variabel Y

Kategori untuk Variabel Y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	78	45.3	45.3	45.3
	Tinggi	94	54.7	54.7	100.0
Total		172	100.0	100.0	

11. Hasil Hitung Kategori Tinggi Masing-Masing Variabel

a. Hasil Hitung Kategori Variabel X

Statistics

Efektivitas Program We Love Bali

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		77.94
Mode		80

Efektivitas Program We Love Bali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	73	5	5.0	5.0	5.0
	74	6	6.0	6.0	11.0
	75	8	8.0	8.0	19.0
	76	9	9.0	9.0	28.0
	77	8	8.0	8.0	36.0
	78	11	11.0	11.0	47.0
	79	13	13.0	13.0	60.0
	80	40	40.0	40.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

b. Hasil Hitung Kategori Variabel Y

Statistics

Membangun Kepercayaan untuk

N	Valid	94
	Missing	0
Mean		49.00
Mode		50

Membangun Kepercayaan untuk Berwisata

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	45	5	5.3	5.3	5.3
	46	8	8.5	8.5	13.8
	47	5	5.3	5.3	19.1
	48	4	4.3	4.3	23.4
	49	17	18.1	18.1	41.5
	50	55	58.5	58.5	100.0
	Total	94	100.0	100.0	



12. Hasil Uji Hipotesis

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kategori untuk Variabel X * Kategori untuk Variabel Y	172	100.0%	0	0.0%	172	100.0%

Kategori untuk Variabel X * Kategori untuk Variabel Y Crosstabulation

Count

		Kategori untuk Variabel Y		Total
		Rendah	Tinggi	
Kategori untuk Variabel X	Rendah	66	6	72
	Tinggi	12	88	100
Total		78	94	172

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	107.199 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	104.009	1	.000		
Likelihood Ratio	122.263	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	106.576	1	.000		
N of Valid Cases	172				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 32,65.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.620	.000
N of Valid Cases		172	

