

# SISTEM REKOMENDASI TEMPAT WISATA PADA INDUSTRI PARIWISATA MENGGUNAKAN METODE *PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS*

Nurul Adhiyansyah

## Abstrak

Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik (Ooi, 2006). Konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy* (Yoeti, 1985). *Something to see* terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, *something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata, sementara *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi\ wisatawan. Saat ingin memperkenalkan dan berwisata di daerah Depok, wisatawan akan selalu dipengaruhi oleh emosi dan perasaannya. Maka dari itu tempat wisata harus mempertimbangkan hal tersebut. Salah satu aspek penting yaitu pengenalan. Tempat wisata sekarang haruslah memiliki banyak tugas penjualan mulai dari menarik perhatian wisatawan, mengenalkan fasilitas hingga mendatangkan para wisatawan. Namun tempat wisata di daerah Depok saat ini masih sangat tidak populer. Pada penelitian kali ini akan diterapkan metode *Principal Component Analysis* untuk mengidentifikasi keinginan wisatawan terhadap tempat wisata yang akan dikunjungi serta penggunaan sistem informasi untuk membantu peneliti dalam menentukan tempat wisata apa saja yang sesuai dengan keinginan wisatawan. Hasil penelitan menghasilkan 5 tempat wisata yang paling populer berdasarkan penyebaran kuisoner dan kata yang mewakili perasaan ketika berwisata. Berdasarkan perhitungan persamaan regresi linier di dapatkan kriteria tempat wisata sesuai dengan keinginan wisatawan.

**Kata Kunci:** Sistem Rekomendasi, *Principal Component Analysis*, Sistem informasi

# **PLACE RECOMMENDATION SYSTEM FOR TOURISM INDUSTRIES USING PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS METHOD**

**Nurul Adhiyansyah**

## **Abstract**

The creative economy and the tourism sector are two things that are mutually influential and can work together if managed properly (Ooi, 2006). The concept of tourism activities can be defined by three factors, namely there must be something to see, something to do, and something to buy (Yoeti, 1985). Something to see related to attractions in tourist destinations, something to do related to tourist activities in tourist areas, while something to buy is associated with special souvenirs purchased in tourist areas as personal memorabilia \ tourists. When you want to introduce and travel in the Depok area, tourists will always be influenced by their emotions and feelings. Therefore, tourist attractions must consider this. One important aspect is introduction. Tourist attractions must now have many sales tasks ranging from attracting tourists, introducing facilities to attracting tourists. But tourist attractions in the Depok area are still very unpopular. In this research, the Principal Component Analysis method will be applied to identify the tourist's desire for tourist attractions to be visited as well as the use of information systems to help researcher determine what tourist attractions are in accordance with the wishes of tourists. The results of the research produced 5 of the most popular tourist attractions based on questionnaires and words that represented feelings when traveling. Based on the calculation of the linear regression equation, get the criteria for tourist attractions in accordance with the wishes of tourists.

**Keywords:** Recommendation Systems, Principal Component Analysis, Information Systems