

PERANCANGAN PROGRAM LOYALITAS BAGI PENGUNJUNG DESTINASI WISATA DI KARESIDENAN KEDIRI

Martha Meisa

Jurusan Teknik Industri / Fakultas Teknik
marthameisa@gmail.com

Abstrak –Karesidenan Kediri memiliki berbagai potensi wisata yang dapat dikembangkan. Kunjungan wisatawan pada suatu tempat wisata dapat mempengaruhi loyalitas wisatawan. Loyalitas wisatawan dapat ditunjukkan dengan adanya kunjungan kembali pada tempat wisata dan memberikan rekomendasi pada kerabatnya. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kondisi pariwisata di Karesidenan Kediri, menganalisis tingkat loyalitas wisatawan nusantara di Karesidenan Kediri, mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas wisatawan, dan merancang program yang dapat meningkatkan loyalitas wisatawan nusantara di Karesidenan Kediri. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk mengetahui variabel yang mempengaruhi loyalitas. Variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas dan dapat diperbaiki, selanjutnya dilakukan analisis kuadran untuk memetakan variabel berdasarkan tingkat kepentingan dan persepsi wisatawan. Variabel yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan persepsi yang rendah merupakan variabel-variabel prioritas yang sebaiknya diperbaiki. Metode *Quality Function Deployment* (QFD) dilakukan untuk menentukan perbaikan yang sebaiknya dilakukan oleh pemerintah dan pengelola tempat wisata yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas wisatawan.

Kata kunci : Loyalitas, Karesidenan Kediri, *Structural Equation Modelling* (SEM)

Abstract –*Kediri Residency have a lot of potential tourism place. Tourist's visit to some place can influence their loyalty level. The indicator of their loyalty can be shown by revisiting the place and also give a recommendation to their relatives. The purpose of this research is to know how is the condition of tourism in Kediri Residency, to analyse the loyalty level of local tourism who have ever go to Kediri Residency, to know the indicator that influence loyalty, and to plan a program that can be increased loyalty level of the local tourism in Kediri Residency. This research is done using Structural Equation Modelling (SEM), to know what is the variable that influence loyalty. Then, quadrant analysis is done for variable that influence loyalty and can be improved. Quadrant analysis is used to group variables base on the importance level and the perception from tourism. The variables that have high importance level and low perception are the variables priority that must be improved. Quality Function Deployment (QFD) method is used to know the things that must be done by government and tourism manager to increase the loyalty level of local tourism.*

Keywords: *Loyalty, Kediri Residency, Structural Equation Modelling (SEM)*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu aset yang dimiliki suatu negara yang tidak bisa ditiru oleh pihak lain. Karesidenan Kediri terdiri atas 5 kota yang terletak berdekatan, yaitu Kediri, Blitar, Nganjuk, Trenggalek dan Tulungagung. Karesidenan Kediri merupakan salah satu

wilayah di Jawa Timur yang memiliki berbagai objek wisata, yang dapat dikategorikan menjadi 5 kategori, yaitu alam, sejarah, religi, keluarga, dan lain-lain.

Berdasarkan data pengunjung wisatawan di Kabupaten Kediri (www.pariwisata.kedirikab.go.id), terdapat jumlah kenaikan wisatawan nusantara yang mengunjungi tempat wisata. Namun tidak diketahui apakah pengunjung tersebut sudah pernah mengunjungi tempat wisata atau baru pertama kali mengunjungi tempat wisata. Menurut Wu (2016), kesuksesan suatu tempat wisata dapat ditentukan dari loyalitas wisatawan yang pernah mengunjungi tempat wisata. Loyalitas wisatawan nusantara dapat ditunjukkan dengan adanya kunjungan kembali pada tempat wisata dan memberikan rekomendasi yang baik pada masyarakat.

Menurut Wu (2016), loyalitas wisatawan dipengaruhi oleh pandangan wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata, pengalaman yang didapatkan wisatawan, dan kepuasan wisatawan nusantara setelah melakukan kunjungan wisata. Beberapa tempat wisata di Karesidenan Kediri sudah dikelola dengan baik oleh pemerintah daerah setempat. Namun beberapa tempat, khususnya tempat-tempat yang baru ditemukan dan dijadikan tempat wisata belum dikelola dengan baik, sehingga dapat mempengaruhi pandangan dan pengalaman yang didapatkan oleh wisatawan yang mengunjungi tempat tersebut.

Wisatawan yang tidak puas terhadap kunjungan wisata yang dilakukan memiliki loyalitas yang rendah pada tempat wisata. Apabila wisatawan memiliki loyalitas yang rendah pada tempat wisata, maka wisatawan dapat memberikan rekomendasi yang buruk. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kondisi pariwisata di Karesidenan Kediri, menganalisis tingkat loyalitas wisatawan nusantara di Karesidenan Kediri, mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas wisatawan, dan merancang program yang dapat meningkatkan loyalitas wisatawan nusantara di Karesidenan Kediri.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner, wawancara, dan observasi pada tempat wisata di Karesidenan Kediri. Terdapat 20 tempat wisata yang diamati dan dijadikan objek penelitian (Tabel 1). Kuesioner dibagikan kepada 260 responden yang pernah mengunjungi setidaknya satu tempat wisata di Karesidenan Kediri. Responden berusia 17-60 tahun. Pemilihan rentang usia didasarkan berdasarkan usia produktif wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata untuk melakukan rekreasi. Pembagian kuesioner dilakukan di Universitas Surabaya dan tempat-tempat wisata di Karesidenan Kediri, yaitu Gumul Paradise

Island, Kediri Waterpark, Air Terjun Sedudo, Candi Penataran, Pantai Pasir Putih, dan Pantai Sine. Pembagian ini dilakukan untuk mendapatkan responden yang pernah mengunjungi tempat wisata di Karesidenan Kediri. Pembagian kuesioner dilakukan pada bulan September 2016. Responden diminta untuk mengungkapkan responnya terhadap item-item pernyataan skala Likert dari skala 1 (sangat tidak puas) hingga 5 (sangat puas).

Tabel 1 Tempat Wisata yang Diamati

| No | Nama Tempat | Asal | Kategori |
|----|----------------------------|-------------|-----------|
| 1 | Gunung Kelud | Kediri | Alam |
| 2 | Air Terjun Dolo | Kediri | Alam |
| 3 | Air Terjun Sedudo | Nganjuk | Alam |
| 4 | Pantai Coro | Tulungagung | Alam |
| 5 | Pantai Pasir Putih | Trenggalek | Alam |
| 6 | Pantai Sine | Tulungagung | Alam |
| 7 | Monumen Simpang Lima | Kediri | Sejarah |
| 8 | Museum Fotografi | Kediri | Sejarah |
| 9 | Candi Penataran | Blitar | Sejarah |
| 10 | Gua Maria | Kediri | Religi |
| 11 | Gereja Puh Sarang | Kediri | Religi |
| 12 | Tjoe Hwie Kiong | Kediri | Religi |
| 13 | Pura Kerta Bhuwana | Nganjuk | Religi |
| 14 | Gumul Paradise Island | Kediri | Keluarga |
| 15 | Kediri Waterpark | Kediri | Keluarga |
| 16 | Pagora | Kediri | Keluarga |
| 17 | Waterpark Sumberudel | Blitar | Keluarga |
| 18 | Konto River Rafting | Kediri | Lain-lain |
| 19 | Arung Jeram Soko Adventure | Blitar | Lain-lain |
| 20 | Agrowisata Karang Sari | Blitar | Lain-lain |

Wawancara dan observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi pariwisata. Wawancara dilakukan kepada pengelola dan karyawan tempat wisata. Wawancara dan observasi dilakukan pada bulan September 2016 pada tempat-tempat wisata di Karesidenan Kediri.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden sudah tepat sasaran atau belum, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana konsistensi dari hasil pengukuran yang dilakukan melalui kuesioner. Analisis *Structural Equation Modelling* dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas wisatawan. Analisis Kuadran dilakukan untuk memetakan tingkat kepentingan dan persepsi responden pada variabel yang mempengaruhi loyalitas

wisatawan. *Quality Function Deployment* (QFD) dilakukan untuk menentukan perbaikan apa yang sebaiknya dilakukan pada tempat wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner dibagikan kepada 260 responden yang pernah mengunjungi setidaknya salah satu dari dua puluh tempat yang dijadikan objek penelitian. Data *sampling* dikatakan valid apabila nilai *Corrected Item-Total Correlation* bernilai lebih besar dari 0,123 pada alpha 0,05, sedangkan data *sampling* dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* bernilai lebih besar dari 0,6. Pada hasil pengujian validitas dan reliabilitas dapat dilihat bahwa data *sampling* valid dan reliabel.

Tabel 2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

| Pernyataan | <i>Corrected Item-Total Correlation</i> | <i>Cronbach's Alpha</i> |
|--|---|-------------------------|
| DESTINATION IMAGE | | |
| Saya akan memberikan penilaian yang sangat tinggi untuk tempat-tempat pariwisata di Karesidenan Kediri | 0,584 | 0,852 |
| Pemandangan sekitar di tempat-tempat wisata sangat bersih | 0,588 | |
| Saya menikmati pertunjukan yang disediakan di tempat wisata | 0,512 | |
| Masyarakat disekitar tempat wisata sangat baik | 0,637 | |
| Akses ke tempat pariwisata mudah dijangkau | 0,611 | |
| Jasa tempat parkir yang diberikan cukup baik | 0,650 | |
| Keadaan sekitar membuat saya merasa aman | 0,715 | |
| DESTINATION EXPERIENCE | | |
| Pengalaman pada tempat pariwisata sesuai dengan ekspektasi/ keinginan saya | 0,639 | 0,834 |
| Kunjungan ke tempat wisata di Karesidenan Kediri membuat saya puas | 0,737 | |
| Kunjungan ke tempat pariwisata di Karesidenan Kediri merupakan pilihan yang tepat | 0,710 | |
| DESTINATION SATISFACTION | | |
| Tempat untuk shopping/berbelanja oleh-oleh sudah cukup ditemukan di tempat wisata Karesidenan Kediri | 0,585 | 0,835 |
| Aktivitas yang dapat dilakukan di tempat wisata sudah cukup | 0,679 | |
| Ketersediaan informasi tempat wisata (jam buka tutup dan harga tiket masuk) mudah dicari | 0,635 | |
| Tempat makan tersedia dengan sangat baik | 0,631 | |
| Cuaca tidak menghalangi saya untuk melakukan perjalanan pariwisata di Karesidenan Kediri | 0,506 | |
| Terdapat atraksi yang dapat saya lihat | 0,531 | |
| Lingkungan di sekitar tempat wisata bersih | 0,611 | |
| Pemandangan di tempat wisata sangat indah | 0,644 | |
| DESTINATION LOYALTY | | |
| Saya akan merekomendasikan tempat wisata pada kerabat saya | 0,684 | 0,859 |
| Saya akan mengunjungi tempat pariwisata pada kunjungan berikutnya | 0,731 | |
| Tempat wisata di Karesidenan Kediri merupakan pilihan utama saya dalam melakukan perjalanan pariwisata | 0,723 | |

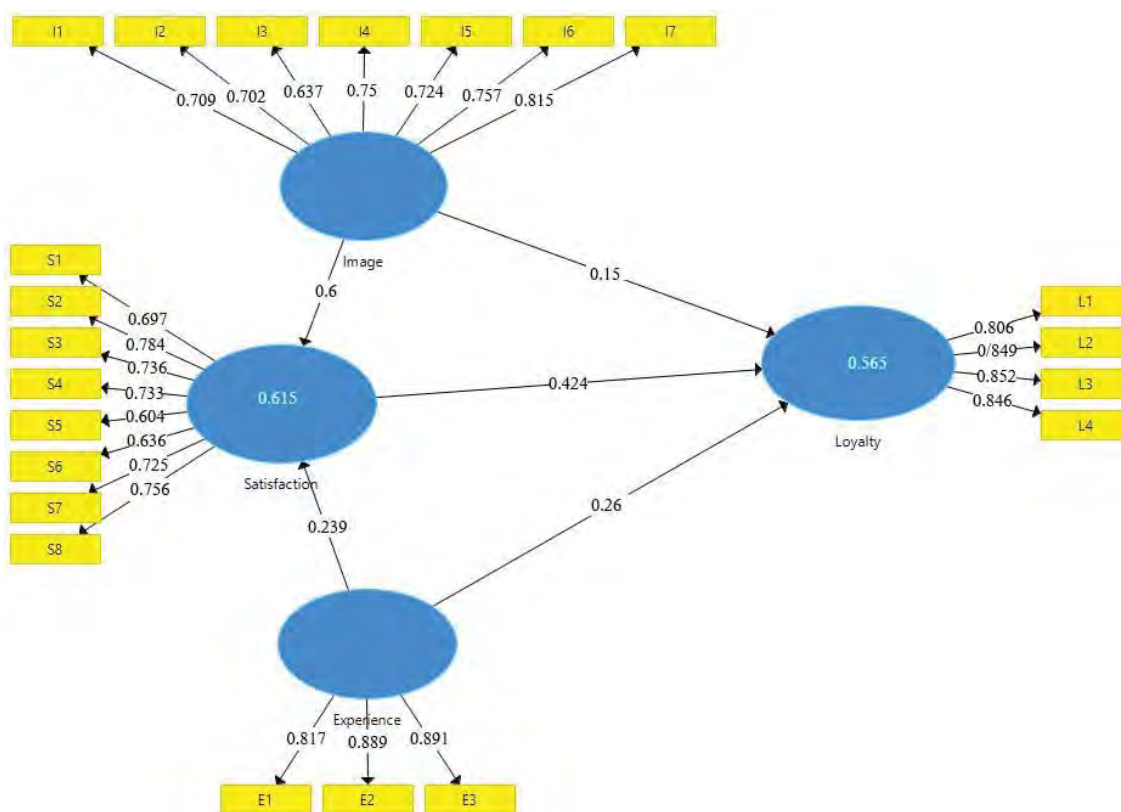
Tabel 2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (Lanjutan)

| Pernyataan | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha |
|--|----------------------------------|------------------|
| Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang tempat pariwisata di Karesidenan Kediri | 0,686 | |

Analisis *Structural Equation Modelling* dilakukan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas. Terdapat 5 hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu

- $H_1 = \textit{Destination image}$ berpengaruh positif terhadap *destination loyalty*
- $H_2 = \textit{Destination satisfaction}$ berpengaruh positif terhadap *destination loyalty*
- $H_3 = \textit{Destination image}$ berpengaruh positif terhadap *destination satisfaction* wisatawan
- $H_4 = \textit{Destination previous experience}$ berpengaruh positif terhadap *destination satisfaction*
- $H_5 = \textit{Destination previous experience}$ berpengaruh positif terhadap *destination loyalty*

Destination image adalah pandangan wisatawan saat mengunjungi tempat wisata. Indikator pada *destination image* antara lain penilaian tempat wisata, pemandangan yang bersih, pertunjukkan yang disediakan di tempat wisata, masyarakat di sekitar tempat wisata, akses yang mudah dijangkau, jasa tempat parkir, dan keadaan yang aman. *Destination experience* adalah pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan nusantara. Indikator *destination experience* adalah pengalaman yang sesuai dengan ekspektasi, wisatawan merasa puas pada kunjungannya, dan wisatawan merasa bahwa kunjungan merupakan pilihan yang tepat. *Destination satisfaction* adalah kepuasan wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata. Indikator *destination satisfaction* adalah tempat belanja, aktivitas di tempat wisata, informasi di tempat wisata, tempat makan yang ada, cuaca di tempat wisata, atraksi yang ada, lingkungan yang bersih, dan pemandangan di tempat wisata. *Destination loyalty* adalah loyalitas wisatawan yang mengunjungi tempat wisata. Indikator *destination loyalty* adalah rekomendasi wisatawan kepada kerabat, kunjungan kembali pada tempat wisata, tempat wisata merupakan pilihan utama dalam berwisata, dan mengatakan hal-hal yang positif pada tempat wisata.



Gambar 1 Pemodelan SEM

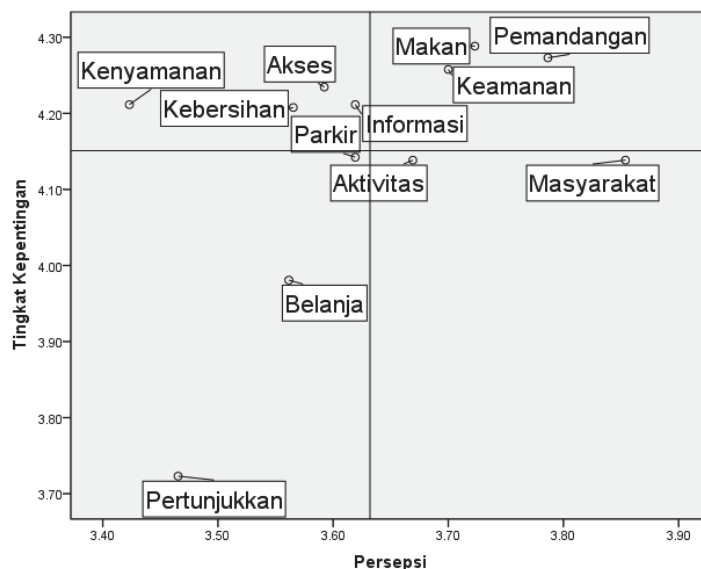
Analisis *Structural Equation Modelling* dilakukan dengan menggunakan *software* Smart-PLS (Gambar 1) karena data berdistribusi tidak normal dan dibutuhkan pembuangan data yang cukup besar apabila menggunakan pendekatan *covarians*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan analisis SEM (Tabel 3), dapat diketahui bahwa semua hipotesis signifikan. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang positif variabel *destination image*, *destination experience*, dan *destination satisfaction* terhadap *destination loyalty*, dan *destination image* dan *destination experience* terhadap *destination loyalty*. Artinya, semakin tinggi kepuasan wisatawan pada tempat wisata, maka semakin tinggi loyalitas wisatawan nusantara.

Tabel 3 Pengujian Hipotesis

| | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics (IO/STDEV) | P Values |
|----------------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|-------------------------|----------|
| Experience -> Loyalty | 0.26 | 0.255 | 0.073 | 3.538 | 0.000 |
| Experience -> Satisfaction | 0.239 | 0.24 | 0.057 | 4.16 | 0.000 |
| Image -> Loyalty | 0.15 | 0.154 | 0.072 | 2.079 | 0.038 |
| Image -> Satisfaction | 0.6 | 0.605 | 0.057 | 10.45 | 0.000 |
| Satisfaction -> Loyalty | 0.424 | 0.427 | 0.055 | 7.757 | 0.000 |

Analisis kuadran dilakukan untuk memetakan atau mengelompokkan variabel berdasarkan tingkat kepentingan dan persepsi responden terhadap suatu variabel. Variabel dalam analisis

kuadran berasal dari indikator dari variabel-variabel yang sudah dilakukan analisis SEM dan memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Gambar 2 merupakan hasil analisis kuadran yang dilakukan.



Gambar 2 Analisis Kuadran

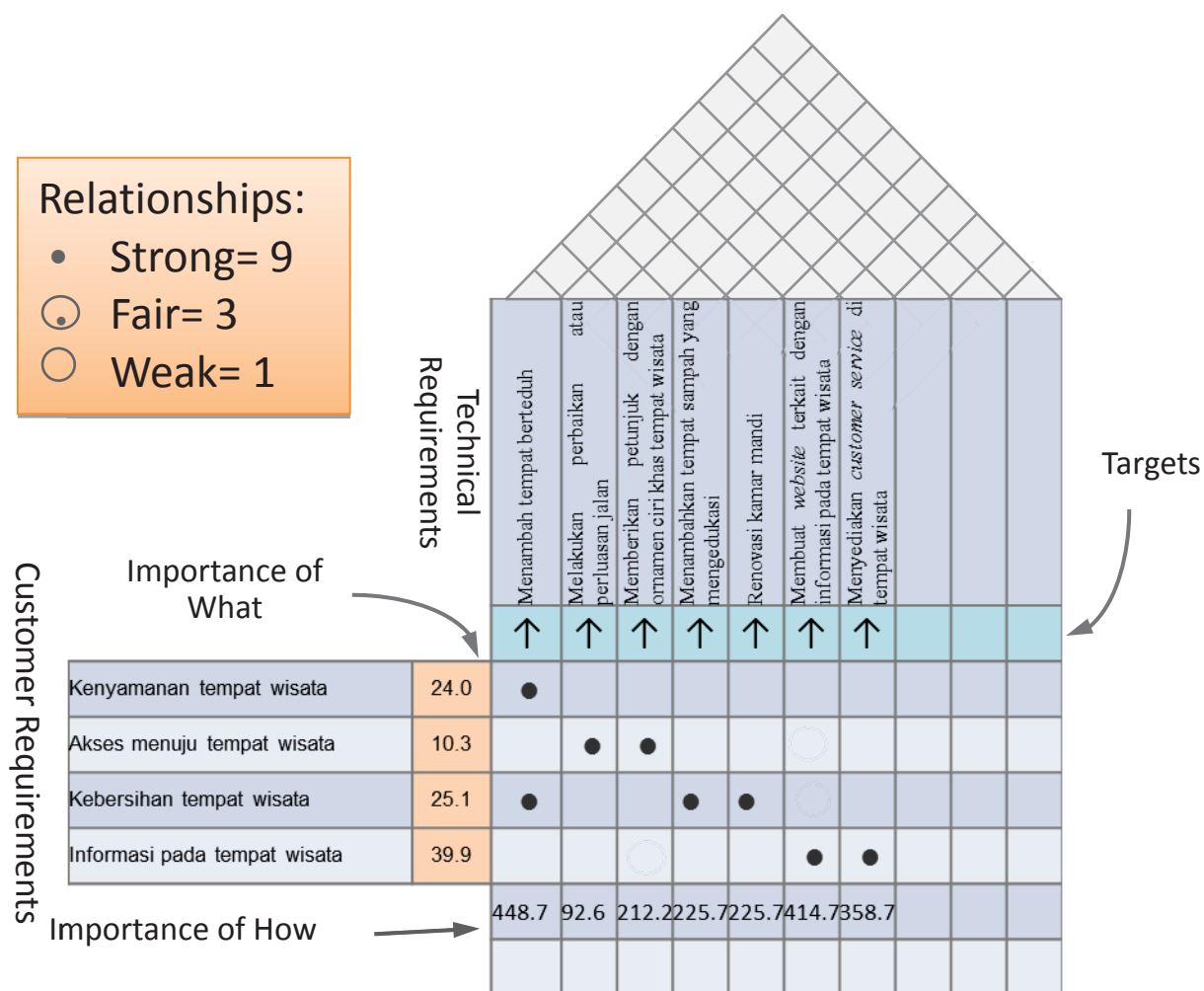
Tabel 4 Hasil Analisis Kuadran

| No | Variabel | Mean Tingkat Kepentingan | Mean Persepsi | Kuadran | Keterangan |
|-----------|-----------------------------------|--------------------------|---------------|---------|------------------------------|
| 1. | Tempat makan | 4,288 | 3,723 | I | <i>Keep Up The Good Work</i> |
| 2. | Pemandangan | 4,273 | 3,787 | I | |
| 3. | Keamanan | 4,258 | 3,700 | I | |
| 4. | Masyarakat | 4,138 | 3,854 | II | <i>Possible Overkill</i> |
| 5. | Aktivitas | 4,138 | 3,669 | II | |
| 6. | Parkir | 4,142 | 3,619 | III | <i>Low Priority</i> |
| 7. | Belanja | 3,980 | 3,561 | III | |
| 8. | Pertunjukkan | 3,723 | 3,465 | III | |
| 9. | Kenyamanan berkaitan dengan cuaca | 4,212 | 3,423 | IV | <i>Concentrate Here</i> |
| 10. | Akses | 4,235 | 3,592 | IV | |
| 11. | Kebersihan | 4,208 | 3,565 | IV | |
| 12. | Informasi | 4,212 | 3,619 | IV | |
| Rata-Rata | | 4,151 | 3,632 | | |

Kuadran I merupakan variabel yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan persepsi yang tinggi. Kuadran II merupakan variabel yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan persepsi yang tinggi. Variabel pada bagian I dan II sebaiknya dipertahankan, karena responden sudah merasa puas. Kuadran III merupakan variabel yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan persepsi yang rendah. Variabel ini perlu dilakukan perbaikan setelah kuadran IV

diperbaiki. Kuadran IV merupakan variabel yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan persepsi yang rendah. Variabel ini perlu diperbaiki karena responden merasa tidak puas.

Variabel pada kuadran IV, yaitu kenyamanan yang berkaitan dengan cuaca, akses, kebersihan, dan informasi pada tempat wisata, merupakan prioritas perbaikan yang sebaiknya diperbaiki untuk meningkatkan loyalitas wisatawan. Variabel-variabel pada kuadran IV merupakan *customer requirement* pada *House of Quality*. Bobot *what* atau *importance of what* berasal dari selisih dari tingkat kepentingan dan persepsi wisatawan dikalikan dengan bobot SEM. Bobot SEM merupakan hasil perkalian nilai *T-Statistic* indikator-variabel dengan *T-Statistic* variabel-loyalitas. *Technical Requirement* merupakan perbaikan yang dapat dilakukan oleh pengelola tempat wisata dan pemerintah pada masing-masing tempat wisata di Karesidenan Kediri. Perbaikan tersebut antara lain menambahkan tempat berteduh, melakukan perbaikan atau perluasan jalan, memberikan petunjuk dengan ornamen ciri khas tempat wisata, menambahkan tempat sampah yang mengedukasi, renovasi kamar mandi, membuat *website* terkait dengan tempat wisata, dan memberikan *customer service* di tempat wisata. *Relationship matrix* merupakan hubungan dari masing-masing *customer requirements* terhadap *technical requirement*. Nilai *importance of how* merupakan perkalian dari *relationship matrix* dengan *importance of how*. Nilai *importance of how* yang lebih besar daripada rata-rata (282,614), yaitu menambah tempat peneduh (448,7), membuat *website* (414,7), dan menambahkan *customer service* (358,7), sebaiknya dilakukan oleh masing-masing tempat wisata di Karesidenan Kediri. Masing-masing perbaikan dapat disesuaikan dengan karakteristik masing-masing tempat, misalnya untuk daerah pegunungan pohon tempat peneduh yang diberikan tidak disamakan dengan pohon tempat peneduh di daerah pantai.



Gambar 3 House Of Quality

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa, dapat disimpulkan bahwa wisatawan nusantara memiliki tingkat loyalitas yang baik, namun terdapat beberapa variabel yang dapat diperbaiki untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas wisatawan nusantara. *Destination image* atau pandangan wisatawan terhadap tempat wisata, *destination experience* atau pengalaman yang dilakukan wisatawan saat mengunjungi tempat wisata, dan *destination satisfaction* atau kepuasan wisatawan saat mengunjungi tempat wisata mempengaruhi positif dan signifikan terhadap *destination loyalty* atau loyalitas wisatawan nusantara yang mengunjungi tempat wisata. Artinya, semakin baik pandangan wisatawan terhadap tempat wisata, maka semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan terhadap tempat wisata di Karesidenan Kediri. Perbaikan yang sebaiknya dilakukan di Karesidenan Kediri adalah menambahkan tempat berteduh, membuat website yang

memuat informasi tempat wisata, dan memberikan *customer service* pada masing-masing tempat wisata.

Penelitian mendatang sebaiknya dilakukan pada studi kasus lain, misalnya tempat-tempat wisata dengan kategori lain, seperti kategori kuliner. Selain itu, penelitian dapat dilakukan dengan memperluas indikator yang dapat mempengaruhi loyalitas dalam melakukan kunjungan, misalnya harga tiket masuk yang harus dibayarkan pada tempat wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Widisarana.
- Isroi. (2005). *Trik Desain Presentasi dengan Microsoft Office PowerPoint 2003 + CD*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Jatmiko, Rohmat Dwi dan Andharini, Sri Nastiti. (2012). *Analisis Experiential Marketing dan Loyalitas Pelanggan Jasa Wisata*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 2(14), 128-137.
- Limantoro, Sharleen Ekaputri. (2013). Perbaikan Kualitas Layanan untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dengan Metode Servqual dan Structural Equation Modeling (SEM) di Mirota, Surabaya. Surabaya: Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Surabaya.
- Madu, Christian N. (2006). *House of Quality (QFD) in a Minute*. New York: Chi Publisher.
- Mandal, Purnendu dan Vong, John. (2015). *Development of Tourism and the Hospitality Industry in Southeast Asia*. Singapore: Springer.
- Marimin. (2004). *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta: Grasindo.
- Martilla, John A. dan James, John C. (1977). *Importance-Performance Analysis*. *Journal of Marketing*, 4, 77-79.
- McCool, Stephen F. dan Moisey, R. Neil. (2008). *Tourism, Recreation, and Sustainability*. London: CABI.
- Pramesti, Getut. (2011). *Aplikasi SPSS dalam Penelitian*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Singgih. (2014). *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 22*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. (2015). *AMOS 22 untuk Structural Equation Modelling*. Jakarta: PT Alex Komputindo.
- Simamora, Bilson. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. (2015). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yamin, Sofyan dan Kurniawan, Heri. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modelling*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Wibisono, Dermawan. (2003). *Riset Bisnis Panduan bagi Akademisi dan Praktisi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wu, Chih-Wen. (2016). *Destination Loyalty Modelling of The Global Tourism*. *Journal of Business Research*, 69, 2213-2219.