

## Kepuasan Wisatawan : Tinjauan Terhadap Atraksi, Aktivitas, Amenitas dan Aksesibilitas Di Taman Nusa Bali

Dyah Palupiningtyas<sup>1</sup>, Heru Yulianto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>STIEPARI Semarang

Bendan Ngisor Semarang, e-mail: [upik.palupi3@gmail.com](mailto:upik.palupi3@gmail.com)

<sup>2</sup>STIEPARI Semarang

Bendan Ngisor Semarang, e-mail: [hry000007.pjk@gmail.com](mailto:hry000007.pjk@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

Article history:

Received 30 Mei 2018

Received in revised form 2 Juni 2018

Accepted 10 Juni 2018

Available online Desember 2018

---

### ABSTRACT

This study aims to analyze and explain the influence of Attractions, Activities, Amenities, and Accessibility (4A) on tourist satisfaction at Taman Nusa Bali which is experiencing unfavorable conditions including a decrease in the level of tourist visits every year, besides that there are several conditions of tourism components that need to be improved. The sample used in the study was 100 respondents. The research data was processed by quantitative statistical analysis using multiple regression analysis to determine the effect of the independent variable on the dependent variable. The results of the regression analysis show that an increase in variable 4A will increase tourist satisfaction. The results of the multiple regression analysis test show a significant F value, the adjusted R<sup>2</sup> square coefficient value of 0.604 indicates that all 4A variables have a significant effect on tourist satisfaction together with a close relationship of 60.4%. This shows that to increase tourist satisfaction it is necessary to increase all tourism components in order to increase tourist satisfaction in the next period.

Keywords: Attractions, Activities, Amenities, Accessibility And Tourist Satisfaction

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Atraksi, Aktivitas, Amenitas, dan Aksesibilitas (4A) terhadap kepuasan wisatawan di Taman Nusa Bali yang mengalami kondisi kurang baik meliputi adanya penurunan tingkat kunjungan wisatawan setiap tahunnya, disamping itu ada beberapa kondisi komponen pariwisata perlu ditingkatkan. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden. Data penelitian diolah dengan analisis statistik kuantitatif menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa peningkatan variabel 4A akan meningkatkan kepuasan wisatawan. Hasil uji analisis regresi berganda menunjukkan nilai F yang signifikan, nilai koefisien adjusted R<sup>2</sup> square sebesar 0,604 menunjukkan bahwa semua variabel 4A berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan wisatawan secara bersama-sama dengan keeratan hubungan sebesar 60,4%. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan wisatawan perlu adanya peningkatan seluruh komponen pariwisata guna meningkatkan kepuasan wisatawan pada periode berikutnya.

Kata Kunci : Atraksi, Aktivitas, Amenitas, Aksesibilitas, Kepuasan Wisatawan.

## 1. Introduction

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang di lakukan untuk rekreasi atau liburan, dan juga persiapan yang di lakukan untuk aktivitas ini (1,2). Seorang wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan wisata. Destinasi Pariwisata merupakan suatu tempat yang di kunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang di bandingkan dengan tempat lain yang di lalui selama perjalanan. Suatu tempat pasti memiliki batas-batas tertentu, baik secara aktual maupun hukum. Destinasi pariwisata sering di katakan sebagai ujung tombak pariwisata (2). Di destinasi pariwisata ini dampak pariwisata sangat di rasakan sehingga di butuhkan perencanaan dan strategi manajemen yang tepat. Untuk menarik wisatawan, destinasi pariwisata merupakan pemacu keseluruhan sistem pariwisata dan menciptakan permintaan untuk perjalanan dari Daerah Asal Wisatawan (DAW). Destinasi pariwisata juga merupakan alasan utama perkembangan pariwisata yang menawarkan hal-hal yang berbeda dengan rutinitas wisatawan (3).

Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata sekaligus sebagai aktor dalam melakukan kegiatan pariwisata. Berwisata menjadi sebuah pengalaman manusia untuk menikmati, mengantisipasi dan meningkatkan masa-masa di dalam kehidupan. Selain itu tujuan lainnya yaitu kepuasan wisatawan saat berkunjung di sebuah destinasi pariwisata yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata. Agar wisatawan ingin berkunjung kembali dan merekomendasikan ke orang lain maka di perlukan suatu kepuasan (4).

Atraksi Taman Nusa Bali merupakan taman wisata budaya yang memberikan pengetahuan menyeluruh tentang budaya dari berbagai etnis Indonesia dalam suasana alam pulau Bali. Misi Taman Nusa adalah untuk menjadikan taman budaya sebagai sarana pelestarian, rekreasi dan didaktika bagi para pengunjung baik lokal maupun mancanegara untuk lebih memahami budaya Indonesia dengan cara yang menarik dan interaktif. Masa kerjaan salah satu mahakarya Candi Borobudur. Di kawasan seluas 15 hektar, pengunjung diajak menjelajah dan menikmati panorama perjalanan waktu Bangsa Indonesia dari masa ke masa, dimulai dari: Prasejarah, Masa Perunggu, kampung budaya kampung budaya lebih dari 60 rumah tradisional, yang sebagian diantaranya telah berumur hingga ratusan tahun. Pengunjung berkesempatan mengenal berbagai etnis, budaya dan kerajinan serta kesenian Indonesia. Indonesia awal terdapat patung Mahapatih Gajah Mada, Candi Trowulan dan Gapura Sumpah Pemuda. Indonesia merdeka Terdapat patung Proklamator Bapak Soekarno dan Bung Hatta serta teks Proklamasi Indonesia Merdeka. Indonesia masa kini Indonesia masa kini ditampilkan dengan diorama miniatur kereta api dengan skala HO (1:87), di area seluas 200 m<sup>2</sup> dengan panorama alam dan kota Indonesia. Miniatur ini dilengkapi dengan lebih dari 50 lokomotif serta 300 gerbong barang dan gerbong penumpang yang dikendalikan menggunakan komputer. Akan tetapi fenomena masalah atraksi yang ada pada Taman Nusa Bali adalah wisatawan tidak semua dapat menyaksikan semua atraksi wisata karena keterbatasan waktu untuk berkunjung ke daya tarik wisata yang lain serta kebanyakan wisatawan lokal dan asing banyak lebih tertarik pada wisatawan yang modern yang ada di pusat kota. Fenomena tersebut menjadi menurunnya kepuasan wisatawan.

Kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan (3). Kepuasan wisatawan merupakan suatu hal yang menjadi harapan perusahaan khususnya dibidang *hospitality*. Kepuasan diperoleh apabila kebutuhan dan keinginan wisatawan terpenuhi, sedangkan keinginan dan kebutuhan manusia selalu berubah dan tidak ada batasnya (1,2,5). Kepuasan atau ketidakpuasan wisatawan adalah respon wisatawan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan aktual kinerja produk yang dirasakan. Sedangkan (6) mengungkapkan bahwa kepuasan tamu merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan wisatawan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan wisatawan.

*The long term success of the a particular brand is not based on the number of consumer who purchase it only once, but on number who become repeat purchase*". Tamu yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk disini merekomendasikan orang lain untuk membeli (7). Ciri-ciri wisatawan yang merasa puas sebagai berikut (8).

### a. Loyalitas

Tamu yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama. Sedangkan tujuan akhir keberhasilan perusahaan menjalin hubungan relasi dengan tamunya adalah untuk membentuk loyalitas yang kuat. Indikator dari loyalitas yang kuat adalah.

1. *Say positive thing* adalah mengatakan hal yang positif tentang produk yang telah dikonsumsi.
2. *Recommend friend* adalah merekomendasikan produk yang telah dikonsumsi kepada teman.
3. *Continue purchasing* adalah pembelian yang dilakukan secara terus menerus terhadap produk yang telah dikonsumsi.

*Kepuasan Wisatawan : Tinjauan Terhadap Atraksi, Aktivitas, Amenitas dan Aksesibilitas Di Taman Nusa Bali*

b. Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*)

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon tamulain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan. Berdasarkan hal yang ada, komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) terdiri atas dua jenis yaitu.

1. *Organic word mouth* (kinerja dari produk ataupun layanan)

Terjadi ketika seorang tamu merasa sangat puas dengan kinerja dari produk ataupun layanan sehingga berkeinginan untuk berbagi pengalaman dan informasi kepada keluarga dan teman-tamannya, ini menandakan pentingnya kepuasan tamu (*costumer satisfaction*).

2. *Amplified word mouth* (pembicaraan yang dimulai dari kampanye)

Pembicaraan yang dimulai dari kampanye yang disengajakan untuk membuat orang-orang berbicara.

c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain.

Tamu agar segera menentukan keputusan pembeliannya dengan mengunjungi produsen yang sama sebagai pertimbangan utama. Hal ini mengindikasikan adanya realisasi kepuasan wisatawan untuk mengkonsumsi produk tersebut. Strategi promosi baik menu maupun penjualan merupakan salah satu langkah untuk menarik wisatawan kembali (1,5).

Dari tiga ciri-ciri wisatawan puas yang dijelaskan diatas maka dalam penelitian ini penulis hanya mengambil 2 (dua) ciri-ciri tamu puas yaitu loyal terhadap produk dan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*). Sedangkan pertimbangan tidak dipilihnya Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain, karena penulis merasa cukup untuk memilih dua dimensi tersebut sebagai bagian dari kepuasan tamu.

Adapun indikator-indikator dari ciri-ciri tamu puas adalah sebagai berikut.

1. Loyal terhadap produk, indikatornya: mengatakan hal yang positif dan merekomendasikan produk yang telah dikonsumsi kepada teman dan pembelian yang dilakukan secara terus menerus.
2. Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*), indikatornya: *Organic word mouth* (kinerja dari produk ataupun layanan) dan *Amplified word mouth* (pembicaraan yang dimulai dari kampanye).

Komponen pariwisata adalah segala sesuatu yang mendorong terjadinya kegiatan wisata, dalam melakukan perjalanan wisata, seorang wisatawan memerlukan bermacam jasa dan produk wisata yang di butuhkan, berbagai macam dan jasa produk wisata inilah yang disebut komponen pariwisata (1).

Komponen pariwisata dalam upaya pengembangan pariwisata terutama daya tarik wisata, ada beberapa komponen yang harus dikembangkan dan dimiliki semua daya tarik wisata.

a. Atraksi

Dalam UU. No 10 Tahun 2009 disebutkan “daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan” jadi dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata merupakan suatu yang dapat menimbulkan daya tarik bagi wisatawan dan merupakan alasan utama untuk mengunjungi daya tarik wisata. Atraksi dan obyek wisata yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat seperti.

1. Apa yang dapat dilihat (*something to see*)
2. Apa yang dapat dilakukan (*something to do*)
3. Apa yang dapat di beli (*something to buy*)

b. Aktivitas

Aktivitas muncul karena keberadaan atraksi wisata dan munculnya fasilitas pelayanan wisata. Aktivitas yang dimaksud adalah aktivitas yang mengarahkan pada kepentingan pergerakan, kehidupan kawasan, kegembiraan atau kesenangan. Tidak lepas dari tumbuhnya fungsi-fungsi kegiatan kepariwisataan yang mendominasi penggunaan ruang-ruang pada kawasan wisata tersebut. Semakin dekat dengan lokasi wisata atau potensi wisata maka keberadaan aktivitas semakin di butuhkan, karena dengan keberadaan tersebut diharapkan dapat mengintegrasikan dan menjadi penghubung antar kegiatan yang terjadi di lokasi wisata.

Aktivitas merupakan kegiatan mendasar yang mengarah pada suatu pergerakan. Aktivitas terdiri dari dua pihak yaitu dari wisatawan dan dari pelaku wisata (9). Dari wisatawan, aktivitas timbul karena adanya rasa puas dengan atraksi wisata yang ada. Dari pelaku wisata yang banyak dikunjungi wisatawan.

Suatu aktivitas yang sukses dalam pariwisata adalah yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Kreativitas, adanya aktivitas baru yang muncul.
2. Khas, aktivitas pada atraksi wisata tersebut tidak dimiliki oleh atraksi wisata yang lain.
3. Keberagaman, aktivitas yang ada lebih dari satu macam.
4. Aktif, aktivitas berlangsung secara terus-menerus dan berkelanjutan.

*Kepuasan Wisatawan : Tinjauan Terhadap Atraksi, Aktivitas, Amenitas dan Aksesibilitas Di Taman Nusa Bali*

### c. Amenities

Amenitas adalah Infrastruktur yang tidak langsung terkait dengan pariwisata. Tapi seiring kebutuhan bagi wisatawan, seperti bank, money changer, akomodasi, telekomunikasi dan sebagainya. Semakin lengkap dan terintegrasi ketiga unsur tersebut dalam produk wisata, maka semakin kuat posisi penawaran dalam sistem kepariwisataan (1,9).

Akomodasi diperlukan oleh wisatawan yang sedang berkunjung ke tempat wisata untuk tempat tinggal sementara sehingga dapat beristirahat sebelum melakukan kegiatan wisata selanjutnya. Dengan ada akomodasi membuat wisatawan untuk tinggal dengan jangka waktu yang panjang untuk menikmati daya tarik wisata. Hal-hal lain yang berkaitan dengan akomodasi wisata sangat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung seperti pilihan akomodasi, jenis fasilitas dan layanan yang diberikan, tingkat harga, serta jumlah kamar yang tersedia.

#### 1. Tempat Makan dan Minum

Tentu saja dalam melakukan kunjungan ke tempat wisata para wisatawan yang datang memerlukan makan dan minum sehingga perlu disediakan pelayanan makanan dan minuman. Hal yang perlu dipertimbangkan yaitu jenis makanan dan minuman, ke-higienisan, pelayanan, harga, bahkan lokasi pun menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

#### 2. Fasilitas Umum di Lokasi Wisata

Fasilitas umum yang dimaksud adalah fasilitas penunjang tempat wisata seperti toilet umum, tempat parkir, musholla, dll. Pembangunan fasilitas wisata di daerah tujuan wisata maupun daya tarik wisata harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kualitatif dan kuantitatif. Menurut suwanto (2004) fasilitas wisata secara kuantitatif menunjuk pada suatu fasilitas wisata yang harus disediakan, dan secara kualitatif menunjukan pada suatu layanan yang diberikan dan tercermin pada kepuasan wisatawan.

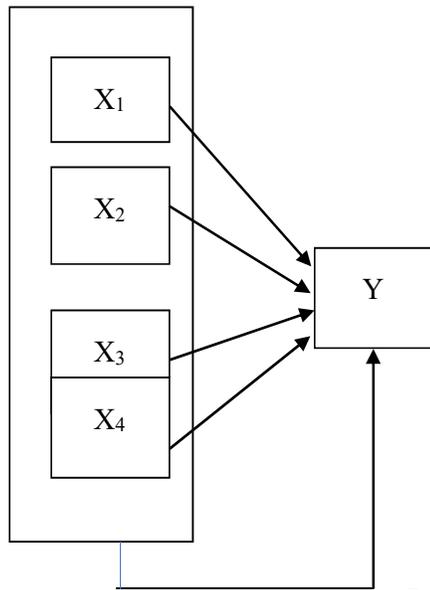
### d. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah hak atas akses yang merupakan layanan kebutuhan melakukan perjalanan yang mendasar (3). Dalam hal ini aksesibilitas harus disediakan oleh pemerintah terlepas dari digunakannya moda transportasi yang disediakan tersebut oleh masyarakat. Aksesibilitas merupakan salah satu faktor yang membantu dan mempermudah perjalanan wisata para wisatawan yang akan berkunjung ke tempat atraksi wisata. Aksesibilitas merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu perjalanan. Karakteristik sistem transportasi ditentukan oleh aksesibilitas dengan elemen sebagai berikut (10) :

1. Infrastruktur
2. Jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, dan marina
3. Perlengkapan, meliputi ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana transportasi umum.
4. Faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan.

## 2. Research Method

Penelitian ini merupakan cara untuk memecahkan masalah dengan mengumpulkan data, menganalisis dan akhirnya menyimpulkan dengan menggunakan metode kuantitatif, dimana penyajiannya dalam bentuk angka yang secara sepintas lebih mudah diketahui maupun satu dengan yang lainnya. Data yang telah diperoleh dapat digunakan untuk permintaan informasi yang bersifat menerangkan data dalam bentuk uraian, suatu penjabaran keadaan, proses, peristiwa-peristiwa tertentu, dan sebagainya (11). Konsep dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Desain Penelitian**

Keterangan:

$X_1$  = Atraksi

$X_2$  = Aktivitas

$X_3$  = Amenitas

$X_4$  = Aksesibilitas

Y = Kepuasan Wisatawan

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (11,12). Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu data kunjungan pengunjung pada Taman Nusa Bali yang diambil 3 bulan terakhir pada tahun 2018 sebanyak 21.518 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok dijadikan sebagai sumber data. Dengan menggunakan Rumus Slovin maka dapat ditentukan sampel sebesar 99 wisatawan.

Data yang di analisis diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden yang representatif. Sebelum disebar ke responden perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap variabel yang muncul dalam kuesioner. Alat analisis yang digunakan untuk menguji kuesioner pengujian hipotesis secara simultan ini menggunakan uji statistik F yaitu pengujian secara persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu atraksi ( $X_1$ ), aktivitas ( $X_2$ ), amenitas ( $X_3$ ) dan aksesibilitas ( $X_4$ ) sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan wisatawan (Y). Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentasi yang mampu dijelaskan oleh variabel atraksi, aktivitas, amenitas, aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Nusa Bali. Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Pengujian melalui uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t table pada *Cronbach Alpha* = 5 % (0,05). Uji F-test digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara simultan atau bersama-sama.

### 3. Results and Analysis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel atraksi ( $X_1$ ), aktivitas ( $X_2$ ), amenitas ( $X_3$ ), dan aksesibilitas ( $X_4$ ), terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Taman Nusa Bali, sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima.

*Kepuasan Wisatawan : Tinjauan Terhadap Atraksi, Aktivitas, Amenitas dan Aksesibilitas Di Taman Nusa Bali*

### 3.1. Pengaruh Atraksi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Nusa Bali

Uji hipotesis 1 Hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan atraksi terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini didukung dengan koefisien regresi atraksi sebesar 0,385 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan atraksi terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini berarti **hipotesis pertama diterima**. Dengan demikian atraksi wisata yang menarik menentukan kepuasan wisatawan berkunjung di Taman Nusa Bali.

Berdasarkan hasil temuan di variabel atraksi, diantara 3 dimensi yang diteliti, dimensi *something to buy* merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dengan rata-rata dimensi yaitu sebesar 4,40. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki tanggapan yang positif dan setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan dimensi *something to buy* yang ada di Taman Nusa Bali pada kenyataannya bahwa tersedianya souvenir yang khas untuk wisatawan, serta pusat toko souvenir yang tertata dengan rapi dan aman bagi wisatawan berbelanja, dan harga souvenir yang terjangkau oleh wisatawan di Daya tarik wisata Taman Nusa Bali. Disamping itu didukung dengan peningkatan kepuasan wisatawan melalui dimensi loyal terhadap produk yang ditawarkan dengan rata-rata dimensi sebesar 4,51 dimana wisatawan akan mengatakan hal yang positif apabila komponen pariwisata, serta wisatawan setelah berkunjung ke Taman Nusa Bali, komponen pariwisata baik. maka merasa puas dan kemudian merekomendasikan /memberikan informasi kepada orang lain, dan setiap wisatawan akan melakukan kunjungan ulang apabila komponen pariwisata yang sudah memenuhi standar.

Dimensi yang berpengaruh selanjutnya adalah dimensi *something to do* yang memiliki kontribusi rata-rata dimensi sebesar 4,38 yang berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan dari beberapa dimensi yang ada pada variabel atraksi pada kenyataannya Atraksi pertunjukan setiap section lokasi di Taman Nusa Bali yang menarik dan mempunyai ciri khas, serta kegiatan atraksi budaya yang ditampilkan di Daya tarik wisata secara rutin, dan Fasilitas yang nyaman yang membuat wisatawan bertahan lama di daya tarik wisata. Kondisi harus selalu ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan wisatawan pada periode berikutnya. Disamping itu ada satu dimensi *something to see* merupakan dimensi yang memiliki skor yang paling rendah dengan rata-rata dimensi sebesar 4,30. Hal ini menunjukkan pada kenyataannya masih ada kritik dan saran mengenai kurangnya Program kegiatan baru atraksi budaya yang muncul di Daya tarik wisata Taman Nusa Bali sehingga beberapa memilih opsi daya tarik wisata yang lainnya, serta Daya tarik wisata budaya di Taman Nusa Bali bisa dijadikan entertainment akan tetapi pihak pengelola belum maksimal dalam penerapannya. Kondisi ini meskipun sudah tergolong cukup baik, akan tetapi harus tetap ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan wisatawan pada periode berikutnya.

### 3.2 Pengaruh Aktivitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Nusa Bali

Uji hipotesis 2 Hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan aktivitas terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini didukung dengan koefisien regresi aktivitas sebesar 0,346 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan aktivitas terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini berarti **hipotesis kedua diterima**. Dengan demikian aktivitas menarik di daya tarik wisata menentukan kepuasan wisatawan berkunjung di Taman Nusa Bali.

Berdasarkan hasil temuan di variabel aktivitas, diantara 4 dimensi yang diteliti, dimensi khas merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dengan rata-rata dimensi yaitu sebesar 4,43. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki tanggapan yang positif dan setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan dimensi khas yang ada di daya tarik wisata Taman Nusa Bali pada kenyataannya kegiatan yang dilakukan di Taman Nusa Bali tidak ditemukan ditempat lain contohnya adanya rumah adat dari sabang sampai marauke, serta beragamnya kesenian antar daerah nusantara, dan keindahan setiap section lokasi yang tersedia di Taman Nusa Bali tidak ditemukan ditempat lain contohnya adanya replika candi borobudur dan candi prambanan hal ini merupakan salah satu daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun turis asing. Disamping itu didukung dengan peningkatan kepuasan wisatawan melalui dimensi loyal terhadap produk yang ditawarkan dengan rata-rata dimensi sebesar 4,51 dimana wisatawan akan mengatakan hal yang positif apabila komponen pariwisata, serta wisatawan setelah berkunjung ke Taman Nusa Bali, komponen pariwisata baik. maka merasa puas dan kemudian merekomendasikan /memberikan informasi kepada orang lain, dan setiap wisatawan akan melakukan kunjungan ulang apabila komponen pariwisata yang sudah memenuhi standar.

Dimensi yang berpengaruh selanjutnya adalah dimensi keragaman yang memiliki kontribusi rata-rata dimensi sebesar 4,35, serta dimensi kreativitas yang memiliki kontribusi rata-rata dimensi sebesar 4,28 yang

berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan hal yang positif dan setuju dari beberapa dimensi dari variabel aktivitas yang mana aktivitas yang ada di Taman Nusa Bali sudah tergolong cukup baik, akan tetapi harus tetap ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan wisatawan pada periode berikutnya. Disamping itu ada satu dimensi aktif merupakan dimensi yang memiliki skor yang paling rendah dengan rata-rata dimensi sebesar 4,19. Hal ini menunjukkan pada kenyataannya masih ada kritik dan saran mengenai Setiap kegiatan di Taman Nusa Bali selalu ada beberapa tidak dilakukan secara rutin setiap hari, karena ada beberapa kegiatan program lebih cenderung monoton sehingga banyak wisatawan cenderung memilih acara entertainment yang modern, dan Program kegiatan tahunan yang ada di Taman Nusa Bali tidak dilakukan secara berkelanjutan, sehingga ada beberapa wisatawan pada periode berikutnya lebih memilih opsi daya tarik yang lainnya. Dari hasil observasi menunjukkan agar selalu ditingkatkan mengenai aktivitas kegiatan yang ada di Taman Nusa Bali guna meningkatkan kepuasan wisatawan pada periode berikutnya.

### 3.3 Pengaruh Amenitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Nusa Bali

Uji hipotesis 3 Hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan amenities terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini didukung dengan koefisien regresi amenities sebesar 0,264 dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ , hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan amenities terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini berarti **hipotesis ketiga diterima**. Dengan demikian sarana dan prasarana amenities yang menarik di daya tarik wisata menentukan kepuasan wisatawan berkunjung di Taman Nusa Bali.

Berdasarkan hasil temuan di variabel amenities, diantara 3 dimensi yang diteliti, dimensi fasilitas umum merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dengan rata-rata dimensi yaitu sebesar 4,54. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki tanggapan yang positif dan setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan dimensi fasilitas umum yang ada di Taman Nusa Bali pada kenyataannya ketersediaan tempat ibadah, dan toilet untuk wisatawan di Taman Nusa Bali sudah memadai, dan kebersihan tempat ibadah, dan toilet untuk wisatawan di Taman Nusa Bali sudah tergolong bersih. Disamping itu didukung dengan peningkatan kepuasan wisatawan melalui dimensi loyal terhadap produk yang ditawarkan dengan rata-rata dimensi sebesar 4,51 dimana wisatawan akan mengatakan hal yang positif apabila komponen pariwisata, serta wisatawan setelah berkunjung ke Taman Nusa Bali, komponen pariwisata baik. maka merasa puas dan kemudian merekomendasikan /memberikan informasi kepada orang lain, dan setiap wisatawan akan melakukan kunjungan ulang apabila komponen pariwisata yang sudah memenuhi standar. Dimensi yang berpengaruh selanjutnya adalah dimensi restoran yang memiliki kontribusi rata-rata dimensi sebesar 4,47 yang berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki tanggapan yang positif dan setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan dimensi restoran yang ada di daya tarik wisata Taman Nusa Bali pada kenyataannya keragaman menu makanan dan minuman di restoran Taman Nusa Bali sudah tergolong lengkap, dan harga menu makanan yang ada di restoran Taman Nusa Bali sudah terjangkau oleh wisatawan. Disamping itu ada satu dimensi akomodasi merupakan dimensi yang memiliki skor yang paling rendah dengan rata-rata dimensi sebesar 4,44. Hal ini menunjukkan pada kenyataannya masih ada kritik dan saran mengenai masih ada beberapa kenyamanan fasilitas hotel di lokasi Taman Nusa Bali kurang cukup baik, serta kesesuaian harga hotel yang ada di Taman Nusa Bali ada beberapa belum terjangkau oleh wisatawan. Hal ini menunjukkan dari beberapa dimensi menunjukkan sudah tergolong cukup baik akan tetapi harus tetap ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan wisatawan berkunjung pada periode berikutnya.

### 3.4 Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Nusa Bali

Uji hipotesis 4 Hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini didukung dengan koefisien regresi aksesibilitas sebesar 0,291 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini berarti **hipotesis keempat diterima**. Dengan demikian aksesibilitas sarana prasarana penunjang menuju daya tarik wisata menentukan kepuasan wisatawan berkunjung di Taman Nusa Bali.

Berdasarkan hasil temuan di variabel aksesibilitas, diantara 3 dimensi yang diteliti, dimensi perlengkapan petunjuk merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dengan rata-rata dimensi yaitu sebesar 3,93. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki tanggapan yang positif dan cukup setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan dimensi perlengkapan petunjuk wisatawan menuju daya tarik wisata Taman Nusa Bali pada kenyataannya sudah tersedianya papan petunjuk yang jelas untuk menuju ke Taman Nusa Bali, serta menurut saya papan petunjuk arah menuju ke Taman Nusa Bali sudah

cukup baik. Disamping itu didukung dengan peningkatan kepuasan wisatawan melalui dimensi loyal terhadap produk yang ditawarkan dengan rata-rata dimensi sebesar 4,51 dimana wisatawan akan mengatakan hal yang positif apabila komponen pariwisata, serta wisatawan setelah berkunjung ke Taman Nusa Bali, komponen pariwisata baik. maka merasa puas dan kemudian merekomendasikan /memberikan informasi kepada orang lain, dan setiap wisatawan akan melakukan kunjungan ulang apabila komponen pariwisata yang sudah memenuhi standar.

Dimensi yang berpengaruh selanjutnya adalah dimensi transportasi yang memiliki kontribusi rata-rata dimensi sebesar 3,87 yang berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki tanggapan yang positif dan cukup setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan dimensi transportasi menuju daya tarik wisata Taman Nusa Bali pada kenyataannya sudah tersedia angkutan umum yang baik untuk menuju ke Taman Nusa Bali, serta harga tiket angkutan umum yang relatif murah untuk menuju ke Taman Nusa Bali. Disamping itu ada satu dimensi akomodasi merupakan dimensi yang memiliki skor yang paling rendah dengan rata-rata dimensi sebesar 3,79. Hal ini menunjukkan pada kenyataannya masih ada kritik dan saran mengenai akses jalan menuju Taman Nusa Bali masih kurang tergolong cukup baik, serta kurang lebar untuk angkutan bus besar, meskipun bisa akan tetapi kurang maksimal dan menimbulkan kemacetan pada umumnya. Kondisi ini harus tetap ditingkatkan dan diperhatikan guna meningkatkan kepuasan wisatawan pada periode berikutnya.

### **3.5 Pengaruh Atraksi, Aktivitas, Amenitas, Dan Aksesibilitas Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Nusa Bali**

Uji hipotesis 5 Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan atraksi, aktivitas, amenities, aksesibilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan di Taman Nusa Bali. Hal ini diperkuat dengan nilai F hitung  $>$  F tabel, yaitu sebesar  $38,768 > 2,47$ , jadi simpulannya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, berarti ada pengaruh positif dan signifikan variabel atraksi, aktivitas, amenities, aksesibilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan. Dengan demikian semakin baik atraksi, aktivitas, amenities, aksesibilitas yang baik dan memadai maka wisatawan akan merasa puas dan akan melakukan kunjungan ulang pada Taman Nusa Bali.

Berdasarkan hasil perhitungan variabel atraksi, aktivitas, amenities, aksesibilitas atraksi, aktivitas, amenities, aksesibilitas, diantara 5 variabel yang diteliti. variabel atraksi dari dimensi something to buy merupakan komponen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yaitu dengan rata-rata dimensi sebesar 4,40. Sedangkan variabel aktivitas dengan dimensi peralatan berpengaruh dengan rata-rata dimensi sebesar 4,43, serta variabel amenities dengan dimensi fasilitas umum dengan rata-rata dimensi sebesar 4,54, variabel aksesibilitas dengan dimensi perlengkapan petunjuk dengan rata-rata dimensi sebesar 3,93 merupakan faktor penentu kepuasan wisatawan selanjutnya. Sebagai daya tarik wisata yang mempunyai komponen pariwisata yang cukup baik, maka dalam hal ini agar tetap ditingkatkan baik itu dibidang pariwisata yang dipasarkan dan peningkatan kualitas pelayanan yang ada guna meningkatkan kunjungan wisatawan domestik maupun mancanega pada periode berikutnya.

### **3.6 Variabel Yang Paling Berpengaruh Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Nusa Bali**

Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Taman Nusa Bali adalah Variabel atraksi. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel atraksi paling besar berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Taman Nusa Bali diterima. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar variabel atraksi sebesar  $0,385 >$  dibandingkan dengan variabel aktivitas sebesar  $0,346$ , amenities  $0,264$ , aksesibilitas  $0,291$ , kepuasan wisatawan melihat suatu objek baik membeli produk atau jasa dapat dinilai dari tingkat pengelolaan baik komponen pariwisata dikelola sedemikian rupa agar menarik wisatawan untuk berkunjung. Apabila tingkat pengelolaan komponen pariwisata baik maka wisatawan akan merasa puas, sebaliknya komponen pariwisata masih rendah baik dalam pengelolaan serta sarana prasarana maka wisatawan tidak merasa puas dan kecewa.

## **4. Conclusion**

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik simpulan khusus sebagai berikut:

1. Ada pengaruh atraksi terhadap kepuasan wisatawan di Taman Nusa Bali, semakin baik atraksi wisata yang ditampilkan kepada wisatawan, maka akan meningkatkan kepuasan wisatawan. sehingga hipotesis yang pertama diterima.

2. Ada pengaruh aktivitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Nusa Bali, semakin baik aktivitas yang ada di daya tarik wisata, maka akan meningkatkan kepuasan wisatawan berkunjung pada periode berikutnya. sehingga hipotesis yang kedua diterima.
3. Ada pengaruh amenitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Nusa Bali, semakin baik amenitas berupa akomodasi, restoran, dan fasilitas umum yang ada di daya tarik wisata, maka akan meningkatkan kepuasan wisatawan berkunjung pada periode berikutnya. sehingga hipotesis yang ketiga diterima.
4. Ada pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Nusa Bali, semakin baik aksesibilitas berupa jalan dan sarana transportasi menuju daya tarik wisata, maka akan meningkatkan kepuasan wisatawan berkunjung pada periode berikutnya. sehingga hipotesis yang keempat diterima.
5. Ada pengaruh atraksi, aktivitas, amenitas, aksesibilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan di Taman Nusa Bali, sehingga hipotesis yang kelima diterima.
6. Variabel atraksi paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan dibandingkan variabel aktivitas, amenitas, dan aksesibilitas di Taman Nusa Bali. Sehingga yang hipotesis yang keenam diterima.

### References

1. A.Yoeti O. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa; 1996.
2. Nyoman.S. Pendit. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Pradya Paramita; 2003.
3. Suwanto G. Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Andi; 2014.
4. Winasis A, Setyawan D. Efektivitas Program Pengembangan Desa Wisata Melalui Kelembagaan Dalam Peningkatan Sumber Daya Alam (Sda). J Ilmu Sos dan Ilmu Polit Univ Tribhuwana Tungadewi. 2016;5(2):102436.
5. Syamsiar S. Sarana dan prasaran infrastruktur Pariwisata. Jakarta: Rineka Cipta; 2013.
6. Tjiptono F. Strategi Pemasaran. Edisi Kedu. Yogyakarta: Andi Offset; 2015.
7. Kotler P. Manajemen Pemasaran, Edisi Melenium yang diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: PT. Prenhallindo; 2015.
8. Philip Kotler GA. Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Pendidikan Pearson; 2003.
9. Damanik, Janianton and Weber H. Perencanaan Ekowisata Dari Teori Ke Aplikasi. Yogyakarta: Andi; 2006.
10. Susantono B. Langkah Kecil Yang Kita Lakukan Menuju Transportasi Yang Berkelanjutan. Masyarakat Transportasi Indonesia. 2013;
11. Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta; 2009.
12. Ghozali HI. Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2006.