



ANALISIS HUBUNGAN ATRIBUT DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA KAWASAN MALIOBORO

Muhammad Lutfi Afandi¹, Januar Wibowo², Candraningrat³ & Antok Supriyanto⁴

^{1,2,3,4}Manajemen, Universitas Dinamika, Surabaya

email: 1943010025@dinamika.ac.id¹; januar@dinamika.ac.id²; candra@dinamika.ac.id³; antok@dinamika.ac.id⁴.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright (c) 2020 Sadar Wisata: Jurnal Pawirisata



Corresponding Author: Januar Wibowo, Universitas Dinamika, Januar@dinamika.ac.id

Received Date: 1 Desember 2023

Revised Date: 5 Desember 2023

Accepted Date: 27 Desember 2023

Artikel Info

Kata kunci: Atribut Destinasi Wisata, Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Kepuasan Wisatawan.

Keywords: Attraction, Accessibility, Amenity, Tourism Destination Attribute, Tourist Satisfaction

Abstrak

Yogyakarta merupakan salah satu destinasi wisata prioritas negara Indonesia. Salah satu destinasi wisata yang sering dikunjungi wisatawan saat ke Yogyakarta adalah Kawasan Malioboro. Malioboro merupakan salah satu tempat wisata paling populer di Yogyakarta karena sering dikunjungi wisatawan domestik dan mancanegara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan atribut destinasi pariwisata yang terdiri dari atraksi, aksesibilitas, dan amenitas terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Malioboro. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan total responden/jumlah sampel sebanyak 145 responden yang dianalisis menggunakan uji regresi linear berganda. Data dikumpulkan melalui pembagian kuesioner kepada 145 responden. Hasil penelitian menunjukkan atribut destinasi wisata yang terdiri dari atraksi, aksesibilitas, dan amenitas memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan atraksi sebagai variabel yang lebih dominan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses, daya tarik yang luar biasa dari destinasi serta kualitas fasilitas memiliki peranan penting dalam menciptakan pengalaman yang sangat memikat bagi para wisatawan. Selain itu, adanya pusat informasi wisata juga memberikan dampak positif bagi tempat wisata itu sendiri.

Abstract

Yogyakarta is one of Indonesia's priority tourist destinations. Malioboro is one of the most popular tourist spots in Yogyakarta. The purpose of this research is to examine the interaction between tourism destinations attributes consisting of attractions, accessibility, and amenity to tourist satisfaction in Malioboro area. The method in this study uses quantitative methods with analytical tools using multiple linear regression. The population in this study were tourists with an average age of 17-30 years, and various occupations with a sample of 145 people with the characteristics they had visited the Malioboro area. The research findings indicate that the attributes of tourist destinations, comprised of attractions, accessibility, and amenities, exhibit a significant and positive correlation with tourist satisfaction, with attractions being the more dominant variable influencing tourist satisfaction. This highlights that ease of access, the remarkable allure of the destination, and the quality of facilities play pivotal roles in crafting an immensely captivating experience for tourists. Moreover, the presence of a tourist information center also yields a positive impact on the destination itself.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki perkembangan yang

stabil, bahkan cenderung meningkat apabila dibandingkan dengan sektor-sektor ekonomi lainnya (Yoeti, 2006). Sektor pariwisata

merupakan kontributor utama bagi pendapatan kemakmuran nasional (Alifianto, 2018). Kontributor dalam sektor pariwisata menurut Alifianto (2018) adalah penciptaan lapangan kerja, pengembangan pertumbuhan ekonomi, pengentasan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih cepat, dan pengembangan toleransi dalam kelompok masyarakat. Pariwisata juga dapat diartikan sebagai kunjungan yang bersifat sementara (Alifianto, 2018). Salah satu daerah wisata yang perkembangannya positif di Indonesia adalah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan satu-satunya provinsi di Indonesia yang sistem pemerintahannya berbasis kesultanan. Yogyakarta terdiri dari satu kota dan delapan kabupaten, termasuk Bantul, Sleman, Gunungkidul, Kulonprogo, dan Kota Yogyakarta. Industri perhotelan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki volume pengunjung yang tinggi, yaitu 472.220 pengunjung setiap tahunnya (Statistik Kepariwisata, 2021). Peningkatan kinerja pariwisata di suatu daerah, dalam hal ini Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya, akan berdampak positif terhadap pertumbuhan pariwisata di provinsi tersebut secara keseluruhan. Hal ini terutama berlaku mengingat pentingnya industri pariwisata terhadap PDB Indonesia (Sari, 2018).

Kota Yogyakarta menjadi salah satu kota tujuan wisata terbaik pilihan masyarakat Indonesia versi Goodstats tahun 2023. Yogyakarta menduduki urutan pertama dengan perolehan 69% suara, disusul Denpasar diposisi kedua dan Bandung diposisi ketiga. Indikator yang diambil dalam survei ini meliputi ketersediaan tempat wisata yang menarik, keindahan alam, tempat bersejarah, hingga kuliner yang khas. Tak salah masyarakat memilih Kota Yogyakarta menjadi kota tujuan wisata terbaik karena Kota Yogyakarta memiliki banyak potensi wisata didukung dengan banyaknya peninggalan Sejarah. survei Goodstats didukung oleh data kunjungan wisatawan Kota Yogyakarta pada tahun 2022, yang disajikan dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1
Data Kunjungan Kota Yogyakarta
Tahun 2022

Bulan	Jumlah
Januari	518.499
Februari	221.871
Maret	53.128
April	258.597
Mei	804.418
Juni	897.762
Juli	806.438
Agustus	584.588
September	611.675
Oktober	729.526
November	756.477
Desember	800.996

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, 2023

Tabel diatas menunjukkan data wisatawan yang berwisata di Kota Yogyakarta dengan jumlah pengunjung paling banyak pada bulan Juni dengan total pengunjung 897.762 dan paling sedikit terjadi pada bulan Maret dengan jumlah pengunjung 53.128. Bulan Juni menjadi bulan paling ramai karena pada bulan juni merupakan bulan libur sekolah, Dimana beberapa sekolah banyak melakukan kegiatan rekreasi. Berbanding terbalik dari bulan maret, dimana pada bulan Maret sekolah.

Kawasan Malioboro adalah tempat yang menarik untuk dikunjungi di Kota Yogyakarta. Ini adalah tempat belanja yang terkenal dengan pedagang kaki lima yang berjualan berbagai macam makanan dan cinderamata di sepanjang Jalan Malioboro. Dalam Kawasan Malioboro terdapat wisata budaya dan sejarah seperti Benteng Vredenburg yang merupakan sebuah benteng peninggalan Pemerintah Kolonial Belanda, Museum Sonobudoyo yang merupakan museum yang memajang benda yang memiliki nilai budaya ilmiah, dan Titik Nol Kilometer Yogyakarta yang sangat bagus untuk fotografi karena letaknya yang strategis yakni dikelilingi oleh Benteng Vredenburg, Gedung BNI Trikora, Gedung Bank Indonesia Yogyakarta, Kantor Pos Besar Yogyakarta, dan Istana Presiden.

Namun pada tahun 2022 Jalan Malioboro mengalami perubahan konsep pedestrian dari semi pedestrian menjadi full pedestrian dengan begitu para pedagang yang sebelumnya menempati trotoar Jalan Malioboro di relokasi ke Teras Malioboro. Teras Malioboro merupakan tempat baru bagi para pedagang kaki lima yang dahulunya berjualan di sepanjang Kawasan Malioboro.

Jauh sebelum itu Pemerintah Kota Yogyakarta merenovasi lahan parkir Abu Bakar Ali menjadi tiga tingkat sehingga pengunjung tidak kesusahan mencari tempat parkir untuk menuju Kawasan Malioboro. Selain itu pemerintah Kota Yogyakarta meningkatkan fasilitas pedestrian berupa pemasangan *street furniture*, *difabel guidance*, pergola tempat berteduh, lampu penerangan, instalasi air minum *portable* serta dilengkapi tempat pembuangan limbah bagi pedagang kaki lima. Dengan berubahnya konsep pedestrian pada Jalan Malioboro muncul atraksi dari komunitas lokal seperti *live music*, pertunjukan tari, dan lain-lain.

Dengan adanya perubahan pada Kawasan Malioboro maka perlu adanya penilaian dari wisatawan karena penilaian dari wisatawan dapat menjadi tolak ukur keberhasilan berkembangnya kawasan wisata. Holloway dan Humpreys (2016) mengungkapkan atribut destinasi wisata yang terdiri dari 3A yakni aksesibilitas, atraksi dan amenitas.

Aksesibilitas merupakan kemudahan bagi wisatawan dalam mencapai lokasi destinasi wisata. Lokasi yang terjangkau dengan akses yang mudah dapat memudahkan pengunjung untuk mengunjungi tempat tersebut. Dengan lokasi yang mudah dan terjangkau, dapat meningkatkan minat pengunjung untuk berkunjung kembali atau meningkatkan loyalitas pengunjung (Lee, Lam & Hsu Salman, Mossberg dan Salman & Uygur dalam Alifianto, 2018).

Atraksi menurut Gani (2016) adalah salah satu unsur terpenting dalam produk kepariwisataan yang dapat menarik minat wisatawan yang kemudian dapat mempengaruhi keputusan tujuan wisatawan dalam berkunjung. Salah satu syarat sebuah objek wisata memiliki daya tarik atraksi wisata dari Maryani (dalam mardalis, 2016) adalah *what to see* yakni suatu objek wisata harus memiliki daya tarik atraksi yang menarik daripada daerah lain. Dalam kata lain sebuah produk jasa dapat disebut menarik wisatawan jika produk jasa tersebut dapat memberikan nilai yang lebih besar dari apa yang yang diharapkan oleh pelanggan (Cheng & Cheng dan Wang dalam Alifianto, 2018).

Amenitas adalah atribut yang sangat penting dalam destinasi wisata karena menurut Mill dikutip dalam Sari (2019) amenitas merupakan faktor yang membantu wisatawan

dalam memenuhi kebutuhannya dalam berkunjung ke suatu destinasi wisata. Kebutuhan dalam amenitas meliputi fasilitas yang tersedia dalam suatu destinasi wisata. Semakin baik fasilitas yang dimiliki semakin meningkat kepuasan wisatawan.

Kepuasan menurut Amstrong dan Kotler dikutip dalam Muttaqin (2021) adalah sebuah perasaan bahagia atau sedih yang dimiliki oleh seseorang setelah membandingkan hasil ekspektasi dengan realita. Wisatawan adalah orang yang berkunjung ke destinasi wisata. Kepuasan wisatawan adalah penilaian dari wisatawan dalam menilai suatu destinasi wisata. Pengunjung yang datang dari berbagai daerah akan mendapatkan pengalaman menikmati destinasi wisata yang dikunjungi dengan demikian kepuasan wisatawan pada suatu destinasi wisata dapat meningkat yang kemudian dikembangkan secara terus menerus karena kepuasan wisatawan yang terus meningkat berpotensi meningkatkan daya jual produk pangsa pasar dalam jangka panjang (Mujanah, 2022). Dengan meningkatnya kepuasan wisatawan terhadap merek destinasi, akan membentuk loyalitas wisatawan untuk berkunjung kembali yang kemudian menciptakan daya Tarik wisata dari suatu merek destinasi (Alifianto, 2018).

Adanya konsep perubahan pedestrian dan renovasi beberapa wilayah di Kawasan Malioboro termasuk peningkatan kualitas fasilitas yang ada tentu menghasilkan penilaian baru dan kepuasan bagi para wisatawan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui reaksi wisatawan terhadap pengembangan Kawasan Malioboro yang dilakukan oleh pemerintah Kota Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah peningkatan kuantitas, kualitas, fasilitas, dan pelayanan telah terjadi dan apakah perubahan tersebut sejalan dengan peningkatan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Malioboro. Hasil dari penelitian ini dapat membantu pemerintah Kota Yogyakarta mengembangkan lebih banyak fasilitas dan pelayanan di Kawasan Malioboro.

Pengaruh hubungan Aksesibilitas terhadap Kepuasan Wisatawan

Aksesibilitas merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan aktivitas wisata. Dalam kasus ini, yaitu aksesibilitas di Kawasan Malioboro. Akses jalanan yang lebar dan ramah pejalan kaki serta tersedianya angkutan umum dapat memudahkan wisatawan

untuk berkunjung ke Kawasan Malioboro. Ketika aksesibilitas berada dalam kondisi yang baik, pengunjung akan merasakan kenyamanan yang lebih saat menjelajahi destinasi wisata, dan hal ini akan membuat kegiatan wisata berjalan dengan lancar.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2017) dengan judul "Pengaruh *Physical Evidence*, Aksesibilitas, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel dan Restoran Mitra Inn Kediri" menemukan bahwa, dalam analisis parsialnya, faktor *physical evidence* tidak menunjukkan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, sementara aksesibilitas dan pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Secara simultan *physical evidence*, aksesibilitas dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel dan Resto Mitra Inn Kediri.

H₁: Aksesibilitas memiliki hubungan positif terhadap kepuasan wisatawan

Pengaruh hubungan Atraksi terhadap Kepuasan Wisatawan

Atraksi dalam atribut destinasi wisata dapat dianalogikan seperti magnet yang dapat menarik perhatian seseorang untuk datang ke tempat tertentu. Hal tersebut terjadi karena adanya pemandangan yang indah atau aktivitas menarik yang bisa dilakukan. Dalam kasus ini, Kawasan Malioboro memiliki keunikan karena keramaian jalanan, toko-toko yang menjual berbagai oleh-oleh khas Yogyakarta serta seni jalanan seperti musisi ataupun seniman yang tampil di sepanjang jalan.

Menurut Stevianus (2014) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta", atraksi wisata berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan pengunjung dibandingkan dengan fasilitas dan kualitas pelayanan. Artinya ketika variabel tersebut ditingkatkan maka kepuasan pengunjung juga akan meningkat.

H₂: Atraksi memiliki hubungan positif terhadap kepuasan wisatawan

Pengaruh hubungan Amenitas terhadap Kepuasan Wisatawan

Amenitas merujuk pada semua fasilitas yang mendukung dan bisa memenuhi keperluan serta keinginan wisatawan ketika mereka berada di suatu tempat tujuan (Darmawan Dimas, 2016). Dalam kasus ini, Kawasan Malioboro memiliki fasilitas dan layanan yang

memadai seperti tersedianya warung makan, restoran, tempat duduk di pinggir jalan untuk bersantai serta fasilitas umum lainnya yang dapat membuat pengalaman pengunjung menjadi lebih nyaman.

Penelitian yang dilakukan oleh Darmawan (2016) yang berjudul "Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung" menunjukkan bahwa variabel amenitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

H₃: Amenitas memiliki hubungan positif terhadap kepuasan wisatawan

Pengaruh hubungan Aksesibilitas, Atraksi dan Amenitas Terhadap Kepuasan Wisatawan

Beberapa faktor seperti aksesibilitas, atraksi dan amenitas serta faktor lain dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan atas berbagai pilihan jasa yang dirasakan. Keterkaitan antara atraksi, aksesibilitas, dan amenitas sangat signifikan. Daya tarik yang kuat bisa menarik minat wisatawan, tapi jika sulit dijangkau, bisa membatasi jumlah pengunjung. Fasilitas yang baik juga mempengaruhi kepuasan wisatawan dan ini bisa memengaruhi bagaimana destinasi itu dilihat serta kemungkinan wisatawan untuk datang kembali.

Penelitian yang dilakukan oleh Riandy (2023) yang berjudul "Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawasan Goa Batu Kapal" menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara aksesibilitas, atraksi dan amenitas terhadap kepuasan wisatawan.

H₄: Atraksi Wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2018) yaitu Metode penelitian berdasarkan filsafat positivisme digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan dengan instrumen penelitian, yang kemudian dianalisis secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis. Dalam penelitian ini, atribut destinasi wisata berfungsi sebagai variabel independen

dan kepuasan wisatawan berfungsi sebagai variabel dependen.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer menurut Sugiyono (2018) adalah sumber data yang memberikan data langsung kepada pengumpul data. Data primer adalah istilah yang mengacu pada data yang pertama kali dikumpulkan dari sumber asli.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini memiliki populasi dengan kriteria wisatawan yang telah mengunjungi kawasan Malioboro minimal sekali, termasuk jalan Malioboro, Titik Nol Kilometer Yogyakarta, Teras Malioboro, dan Museum Sonobudoyo. Banyaknya populasi pada penelitian ini sejumlah 7.043.975.

Sampel menurut Ferdinand (2014) adalah subset populasi yang terdiri dari sejumlah kecil orang yang menjadi bagian dari populasi. Subset ini berfungsi sebagai representasi dari populasi. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang digunakan. *Purposive sampling* menurut sugiyono (2018) adalah metode pengambilan sampel yang menggunakan pertimbangan tertentu. Keputusan untuk menggunakan teknik purposive sampling adalah karena metode ini cocok untuk penelitian kuantitatif atau penelitian yang tidak melakukan generalisasi.

Penelitian ini memiliki kriteria pemilihan sampel tertentu yang artinya tidak semua sampel dapat terpenuhi. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Kawasan Malioboro minimal satu kali dengan rentan usia 17 tahun keatas, dengan kriteria tersebut sudah cukup dalam memberikan suatu keputusan dan penilaian sedangkan karakteristik dalam penelitian ini disesuaikan dengan karakteristik wisatawan menurut Seaton & Benneth (1996). Seaton & Benneth mengungkapkan perjalanan terbagi menjadi beberapa jenis, sesuai dengan tujuannya yakni perjalanan rekreasi, perjalanan mengunjungi teman, perjalanan bisnis, dan jenis perjalanan lainnya. Selain itu karakter demografis juga berkaitan secara tidak langsung contohnya jenis kelamin atau kelompok umur yang berkaitan dengan jenis wisata yang dilakukan.

Jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada rumus *Structural Equation Model* (SEM). Menurut Ferdinand (2014) ukuran sampel yang sesuai berkisar dari 100

sampai 200 responden. Untuk setiap estimated parameter, ukuran sampel minimum 5 dan maksimum 10. Jumlah sampel yang ideal dan representatif diperoleh dari jumlah indikator penelitian dikali 5 sampai 10. Indikator dalam penelitian ini berjumlah 29 dan angka perkalian dari 5 sampai 10 peneliti memilih angka 5 sehingga ditemukan jumlah sampel sebanyak 145.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil dari pengujian regresi linear berganda yang diperoleh pada penelitian ini.

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
(Constant)		1.249	1.334		0.936	0.351
Aksesibilitas	X1	0.275	0.075	0.299	3.664	0.000
Atraksi	X2	0.308	0.067	0.324	4.601	0.000
Amenitas	X3	0.142	0.051	0.220	2.781	0.006
Dependent Variable	Kepuasan Wisatawan (Y)					
R	0,691					
R ²	0,477					
R ² Adjusted	0,466					
Fhitung	42,874					
Probability	0,000					
Line Equation	$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$					
Result	$Y = 1.249 + 0.275 X_1 + 0.308 X_2 + 0.142 X_3 + e$					

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang meliputi aksesibilitas, atraksi, dan amenitas terhadap variabel dependen kepuasan wisata memiliki hubungan yang positif dengan nilai konstanta sebesar 1,249.

Atribut destinasi wisata memiliki hubungan positif terhadap kepuasan wisatawan dapat dilihat melalui uji T dengan luaran nilai signifikansi pada masing-masing variabel independen. Variabel aksesibilitas (X1) mempunyai nilai signifikansi 0,000, atraksi (X2) 0,000, dan amenitas (X3) 0,006. Nilai tersebut dibawah dari batas nilai signifikansi yakni 0,05 yang artinya hubungan atribut destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan pada Kawasan Malioboro adalah positif.

Untuk mengetahui berapa persen hubungan secara simultan variabel atribut destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan pada Kawasan Malioboro dilakukan uji R² dengan melihat nilai Rsquare. Nilai Rsquare pada pengujian penelitian ini adalah 0,477 artinya kontribusi penelitian atribut destinasi wisata terhadap kepuasan wisata pada Kawasan Malioboro sebesar 47,7% sisanya 52,3%

dipengaruhi oleh variabel lain atau faktor diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan:

Pengaruh hubungan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan pada Kawasan Malioboro

Berdasarkan hasil olah data penelitian menunjukkan variabel aksesibilitas memiliki nilai T_{hitung} sebesar 3,644 jumlah tersebut melebihi nilai T_{tabel} sebesar 1,976 yang artinya hasil hipotesis menunjukkan aksesibilitas berhubungan secara positif dalam meningkatkan kepuasan wisatawan di Kawasan Malioboro Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Tri Palupi Robustin (2018) yang meneliti tentang kontribusi atraksi, aksesibilitas dan amenitas dalam membentuk loyalitas wisatawan di Indonesia. Objek yang diteliti adalah Pantai Pulau Merah. Hasil dari aksesibilitas dalam penelitian ini memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Selain itu penelitian oleh Ramadhani (2021) tentang Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Air Terjun Temam, pada variabel aksesibilitas juga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Aksesibilitas menjadi elemen penting dalam suatu produk wisata karena dapat mengubah pasar potensial menjadi pasar nyata.

Pengaruh hubungan Atraksi Terhadap Kepuasan Wisatawan pada Kawasan Malioboro

Berdasarkan hasil dari olah data penelitian menunjukkan variabel atraksi mendapatkan nilai T_{hitung} sebesar 4,601 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai T_{tabel} yang berjumlah 1,976 sehingga hasil hipotesis menunjukkan atraksi berhubungan secara positif dalam meningkatkan kepuasan wisatawan di Kawasan Malioboro. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofiani (2023) dimana nilai T_{hitung} pada variabel Atraksi sebesar 9,046 dengan signifikansi sebesar 0,000. Selain itu, penelitian oleh AB (2022) menunjukkan hasil variabel *Attraction* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Pengaruh hubungan Amenitas Terhadap Kepuasan Wisatawan pada Kawasan Malioboro

Berdasarkan hasil olah data penelitian menunjukkan bahwa variabel amenitas memiliki nilai T_{hitung} sebesar 2,781, nilai

tersebut lebih besar dari nilai T_{tabel} sebesar 1,976, sehingga hasil hipotesis menunjukkan bahwa amenitas berhubungan secara positif dalam meningkatkan kepuasan wisatawan di Kawasan Malioboro. Nilai tersebut Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Adif (2023) dimana variabel Amenitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Pengaruh hubungan Aksesibilitas, Atraksi dan Amenitas Terhadap Kepuasan Wisatawan pada Kawasan Malioboro

Berdasarkan perolehan data terkait hubungan antara variabel atribut destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan pada Kawasan Malioboro dengan dilakukan uji R_2 , menunjukkan nilai sebesar 0,477. Ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas, atraksi, dan amenitas sebesar 47,7% bertanggung jawab atas variasi variabel kepuasan wisatawan, dan variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian bertanggung jawab atas 52,3%. Hal ini menunjukkan bahwa ketika aksesibilitas, atraksi, dan kemudahan yang ditawarkan secara bersamaan berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Malioboro. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adif (2023) dalam penelitiannya menunjukkan hasil atraksi wisata, amenitas, dan aksesibilitas secara keseluruhan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis hubungan atribut destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan pada Kawasan Malioboro dapat disimpulkan bahwa semua variabel atribut destinasi wisata yakni aksesibilitas, atraksi, dan amenitas, terhadap kepuasan wisatawan memiliki hubungan positif dengan nilai 47,7%.

Variabel atraksi dan aksesibilitas memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Kawasan Malioboro. Variabel amenitas juga memiliki hubungan positif terhadap kepuasan wisatawan pada Kawasan Malioboro. Hal ini berdasarkan analisis dimana hasil perhitungan $T_{hitung} > T_{tabel}$ sehingga secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada Kawasan Malioboro.

Aksesibilitas, atraksi dan amenitas bukan hanya faktor-faktor yang menarik perhatian pengunjung, melainkan juga

memiliki pengaruh yang besar terhadap tingkat kepuasan mereka. Hal ini mengonfirmasi teori bahwa kemudahan akses, daya tarik tujuan wisata dan kualitas fasilitas memegang peranan utama dalam membentuk pengalaman positif bagi para wisatawan.

Amenitas dalam penelitian ini memiliki nilai paling rendah daripada variabel lain. Artinya kepuasan wisatawan terhadap fasilitas yang terdapat pada Kawasan Malioboro masih terbilang rendah. Peneliti menyarankan agar halte bis di Kawasan Malioboro bisa diperluas sehingga tidak terjadi penumpukan penumpang yang menunggu di luar halte. Apabila terdapat fasilitas publik pada Kawasan Malioboro yang mengalami kerusakan bisa segera diperbaiki oleh dinas setempat. Lalu selanjutnya dari segi atraksi, pemerintah Kota Yogyakarta perlu merangkul beberapa komunitas agar nantinya ada kegiatan di setiap *weekend*. Kemudian disarankan juga untuk memperbaiki fasilitas umum yang sudah rusak seperti kran air minum *portable* serta memaksimalkan fasilitas penyewaan sepeda dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- AB, Nizhamuddin. (2022). Pengaruh *Attraction, Amenity, Accessibility, Infrastructure* Terhadap Kepuasan Pengunjung ke Tempat Wisata Taman Oval Makroni. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 141. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i2.102.133-141>
- Adif, M. R., Putra, E. M. A. & Afrida Y. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Goa Batu Kapal, *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(1), 6. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.187>
- Alifianto, A.Y.A., & Candraningrat,. (2019). The Influence of Destination Brand Communication and Destination Brand Trust Toward Visitor Loyalty of Marine Tourism in East Java. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(8), 923. <http://www.iaeme.com/ijciyet/issues.asp?JTYpe=IJCIET&VType=9&IType=8>
- Alifianto, A.Y.A., Candraningrat, & Wibowo, J. (2018). Visitor Loyalty Analysis of Marine Tourism in Bayuwangi Beaches. *The 2nd International Conference On Economics and Business*, 2, 49. <http://jurnal.itsm.ac.id/index.php/eProceeding/article/view/277>
- Alifianto, A.Y.A., & Candraningrat,. (2019). Conceptual Review of Rethinking Marine Tourism Visit Intention from Word of Mouth, Destination Image dan Destination Branding. *Prosiding Asia Conference of Humanities, Industry, and Technology for Society*(pp 11-26). Surabaya: Progam Studi Manajemen Universitas Dinamika.
- Alifianto, A.Y.A., Candraningrat., & Wibowo, J. (2018). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Nelayan Perkotaan di Jawa Timur*. Surabaya.
- Alvianna, S., Patalo, G. R., Hidayatullah, S., Rachmawati, K. I. (2020). Pengaruh *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary* terhadap keputusan generasi milenial berkunjung ke tempat wisata. *Jurnal kepariwisataan: Destinasi, Hospitalitas, dan perjalanan*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i1.41>
- Apriadi, D. & Junaid, T. M. (2022). Pengaruh *Attraction, Amenity, Accessibility, Infrastructure* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Objek Wisata Taman Berlabuh. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 46. <https://doi.org/10.35334/jmbi.v1i1.5>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Buku Kelima. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Darmawan, D., S. (2016). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. 8(1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6225/5461>
- Hajar, S., Supriyono, B., Muluk, M. R. K., & Said, A. (2021). Tourism Potential Planning Based Governance in the Lake Toba Area.

- Italienisch*, 11(2), 558.
<https://italienisch.nl/index.php/VerlagSauerlander/article/view/150>
- Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2016). *The business of tourism*. Harlow: Pearson Education.
- Husain, A. F. & Santoso, B. A. (2022). Pengaruh Pandemic Covid-19 terhadap Jumlah Wisatawan Ditinjau dari 4A (Attraction, Accesbilitas, Amenitas, Anchilary) Studi Kasus Masyarakat Pulau Harapan, *Jurnal Manajemen & Pendidikan*, 2(3), 226.
<https://journal.lap4bangsa.org/index.php/jumandik/indeks>
- Mardalis, Ahmad & Wijaya, Ratna Puspa. (2016). Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam Berdasarkan Kepuasan dan Keinginan Wisatawan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis*(pp20-32). Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Middleton, V., Fyall, A.,Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. Slovenia: Elsevier.
- Mujanah, S., Sumiati, Candraningrat, & Kaffi, A. (2022). The Effect of Shopping Enthusiasm, Shopping Motivation, and Visiting Experience on Tourist Satisfaction in East Java Tourism Village. *Businnes and Finance Journal*, 7(2), 207.
<https://doi.org/10.33086/bfj.v7i2.3492>
- Muslim, C. B. M. (2022) Pengaruh Atraksi, Aktivitas, Amenitas, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Nusa Bali. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 87. <https://doi.org/10.56910/jvm.v8i1.200>
- Muttaqiin, N., Rasyid, A. R., Candraningrat,. (2021). Pengaruh Citra (Images), Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction), Kepercayaan Konsumen (Customer Trust) Dan Loyalitas Konsumen (Customer Loyalty) Pada Perusahaan Agen Asuransi di Surabaya, *Media Mahardika*, 20(1), 181.
<https://doi.org/10.29062/mahardika.v20i1.332>
- Ramadhani, P. D. N., Rini, R., & Setiawan, H. (2021). Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 171.
<https://doi.org/10.5281/jtiemb.v1i3.3023>
- Robustin, T. P., Sularso, A. R., Suroso, I. & Yulisetiarini, D. (2018). *The Contribution of Tourist Attraction, Accessibility and Amenities in Creating Tourist Loyalty in Indonesia*. *Journal of businnes and Economic Review*, 3(4), 98.
<https://doi.org/10.35609/jber.2023.8.2>
- Sari, B. E. K. (2018). *Pengaruh E-Wom Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisata Menurut Karakteristik Demografis. Studi Pada Taman Wisata Alam Mangrove Pantai Indah Kapuk*. Universitas Sananta Dharma Yogyakarta.
- Sari, D. R. (2019). Pengaruh Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Margasatwa Semarang. *Jurnal Gema Wisata*, 15(2), 516.
<https://doi.org/10.56910/gemawisata.v18i2.217>
- Sawai, V. W., Alvianna, S., Estikowati, Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2020). Dampak atraksi, amneitas, dan aksesibilitas Pantai Pasir Putih Manokwari. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, 6(1), 8. <https://doi.org/10.25078/pba.v6i1.1937>
- Seaton, A. V. & Benneth, M. M. (1996). *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues, and Cases*. London: International Thomson Business Press.
- Setyanto, I., Pangestuti, E. (2019). Pengaruh komponen destinasi wisata (4a) terhadap kepuasan pengunjung pantai gemah tulongagung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 72(1), 167.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1753>
- Sofiani, S., & Eugenia, V. (2023). Pengaruh

- Atraksi Wisata Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Di Pantai Tongaci Sungailiat. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 6(1), 9.
<https://doi.org/10.32528/sw.v6i1.243>
- Statistik Kepariwisataan. (2015, September 6). D.I. Yogyakarta Indonesia: Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Retrieved from <https://visitingjogja.jogjaprovo.go.id/webdinas/download/statistik-kepariwisataan-diy-tahun-2021/>.
- Stevianus. (2014). Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 19(3).
<https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ekbis/article/view/1167>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Yaqin, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Amenitas terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 16(2), 158.
<https://stiepari.org/index.php/gemawisata/article/view/123>
- Yoeti, Oka A. (2006), *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yuniar, Z. (2019). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Destinasi Wisata Pantai Tanjung Pendam Belitung*. STP AMPTA Yogyakarta.
- Wulandari, K. A. (2017). Pengaruh Physical Evidence, Aksesibilitas, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Dan Resto Mitra Inn Kediri. *SimkiEconomic*, 01(3).
<http://simki.unpkediri.ac.id/detail/13.1.02.02.0226>