Atribut Destinasi Dan Kepuasan Wisatawan Pada Wisata Siti Sundari Lumajang

Tri Palupi Robustin
Institut Teknologi Dan Bisnis Widya Gama Lumajang
Email: tripalupirobustin@gmail.com

Diterima: 16 Mei 2023 | Disetujui: 25 Juni 2023| Dipublikasikan: 29 Juni 2023

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *attraction* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Siti Sundari Lumajang; (2) pengaruh *amenity* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Siti Sundari Lumajang; (3) pengaruh *accessibility* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Siti Sundari Lumajang; (4) pengaruh *hospitality* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Siti Sundari Lumajang; (5) pengaruh *environment* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Siti Sundari Lumajang; (6) Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel *attraction, amenity, accessibility, hospitality, environment* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Siti Sundari Lumajang. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan populasi wisatawan yang pernah berkunjung ke Wisata Siti Sundari Lumajang. Teknik sampling menggunakan *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden, analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *attraction, amenity, hospitality,* dan *environment* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dan untuk pengaruh simultan semua variabel atributt destinasi berpengaruh, sedangkan variabel *accessibility* secara parisal tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Kata Kunci: Atribut Destinasi, Kepuasan, Siti Sundari.

Abstract

This study aims to find out: (1) the effect of attraction on tourist satisfaction on Siti Sundari Lumajang Tourism; (2) the effect of amenity on tourist satisfaction on Siti Sundari Lumajang Tourism; (3) the effect of accessibility on tourist satisfaction on Siti Sundari Lumajang Tourism; (4) the influence of hospitality on tourist satisfaction on Siti Sundari Lumajang Tourism; (5) the influence of the environment on tourist satisfaction in Siti Sundari Lumajang Tourism; (6) To determine the simultaneous influence of attraction, amenity, accessibility, hospitality, environment variables on tourist satisfaction in Siti Sundari Lumajang Tourism. This type of research is quantitative research with tourist populations who have visited Siti Sundari Lumajang Tourism. The sampling technique uses non-probability sampling, namely purposive sampling, with a sample of 60 respondents, data analysis using multiple regression analysis. The results showed that partially attraction, amenity, hospitality, and environment had an effect on tourist satisfaction and for the simultaneous effect of all destination attribute variables had an effect, while the accessibility variable partially had no effect on tourist satisfaction.

Keyword: Destinantion Attributes, Satisfaction, Siti Sundari

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Sejuta keindahan alam, kultur, dan warisan leluhur Indonesia yang orisinil adalah nilai lebih yang perlu terus kita gaungkan. Pariwisata punya posisi strategis dalam peningkatan devisa negara. Bahkan pada tahun lalu, industri pariwisata Indonesia mampu menyumbang sekitar US$ 10 miliar devisa negara. Posisi tersebut menjadi nomor empat setelah minyak, batu bara dan kelapa sawit. Pariwisata merupakan sektor jasa berbasis kreatif. Indonesia dengan potensi pariwisata yang kaya harusnya bisa memaksimalkan potensi yang dimilikinya sebesar-

besarnya untuk kesejahteraan rakyat. Apalagi pariwisata adalah industri yang lebih ramah lingkungan. Jika menjual keindahan alamnya saja cukup, mengapa harus merusak atau mengambilnya. Semua orang menyadari akan potensi pariwisata Indonesia yang kaya dan beragam. Potensi area wisata tidak disebut destinasi kalau tidak ada 3A, yaitu *Attractive*, *Amenities* atau fasilitas, dan *Accessibilities*.

Siti Sundari adalah sebuah pusat wisata kuliner yang terletak di tengah hutan Damar yang ada di Desa Burno, sisi Timur lereng Semeru. Secara geografis, wana wisata ini terletak di ketinggian 800 mdpl. Karena lokasinya cukup tinggi, area wisata kuliner romantis ini terasa sejuk dan juga berudara segar khususnya saat malam menjelang. Sebagai salah satu tujuan wisata kuliner terkenal di Lumajang, tempat makan yang sekaligus juga tempat wisata alam ini menghadirkan suasana hangat nan romantis. Hal ini bisa dilihat dari kehadiran deretan pondok sederhana yang berhiaskan lampu. Pemandangan ini terlihat begitu cantik terutama saat hari mulai gelap, bangunan pondok ini terbuat dari kayu sehingga terasa sangat menyatu dengan tema yang diusung oleh pihak pengelola, yakni alam. Di samping pondok yang terkesan hangat dan romantis, menu makanan dan minuman yang ditawarkan juga sangat cocok untuk disantap di tengah suasana dingin khas pegunungan. Adapun menu andalan yang paling sering di-request oleh kebanyakan wisatawan adalah kopi hangat, susu murni, ayam penyet, dan kentang goreng. Daya tarik di Siti Sundari antara lain banyak aneka wahana yang tersedia, spot foto, camping, wisata kuliner, harga tiket yang terjangkau, dan lokasi yang terjangkau. (https://salsawisata.com/wisata-siti-sundari/).

Wisata Siti Sundari di Desa Burno, Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang sempat viral dan masih ramai dikunjungi wisatawan sekitar 2 tahun lalu. Ketika dibuka, lokasi wisata yang berada di kawasan hutan Perhutani saat itu sangat bagus.Pada waktu itu tempat wisata Siti Sundari tidak pernah sepi dari pengunjung. Khususnya di akhir pekan atau liburan. Namun saat ini kondisinya berbanding terbalik. Sudah jarang pengunjung ke sana. Kemudian kondisinya terlihat terbengkalai dan kotor. Seperti tidak terurus. Permasalahan inilah yang menjadi ketertarikan peneliti untuk meneliti Siti Sundari dan dari hasil penelitian nantinya dapat memberikan kontribusi atau manfaat bagi pengelola wisata untuk mengelola atribut destinasi secara lebih maksimal dengan tujuan supaya tercipta kepuasan wisatawan dan pada akhirnya berdampak pada banyaknya jumlah pengunjung.

Siklus kepuasan, loyalitas, dan nilai pelanggan (wisatawan) adalah salah satu konsep yang paling relevan dibahas dalam bidang pemasaran pariwisata, pemahaman yang sempurna tentang wisatawan adalah cara yang paling mungkin untuk membentuk dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas, serta memberikan nilai unggul bagi wisatawan. Industri pariwisata berkembang tergantung pada tingkat kepuasan, jumlah pembelian (lama tinggal), mendorong kunjungan berulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut kepada keluarga, rekan kerja dan lain-lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas destinasi dijelaskan oleh kekuatan daya tarik destinasi dalam menarik jumlah kunjungan sebelumnya, keakraban dengan destinasi, kepuasan keseluruhan, citra destinasi, persepsi kualitas dan layanan, persepsi nilai, dan pengalaman wisatawan tentang destinasi tertentu dianggap sebagai prediktor dominan dalam memilih destinasi yang sama di masa depan Lai, Griffin, & Babin (2009).

Pemodelan faktor-faktor ini memungkinkan pemasar untuk memahami perilaku perjalanan dan kausalitas interaksi mereka dengan lebih baik, dengan mempertimbangkan karakteristik pribadi wisatawan (sosio-demografis dan motivasi) yang memiliki potensi untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas. Smith (1994)

menunjukkan bahwa ada lima komponen utama dalam produk pariwisata secara keseluruhan, dan mereka adalah: daya tarik tempat dan lingkungan, fasilitas tempat dan layanan, aksesibilitas tempat, deskripsi tempat, dan harga. Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam pariwisata dengan meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan Al-Ababneh (2013).

Chen & Tsai (2007)"*Trip quality is the visitor's assessment of the standard of the service delivery process in association with the trip experience*". Pengertian di atas menyebutkan bahwa trip quality merupakan standar penilaian wisatawan atas jasa yang diterima lalu membandingkan dengan pengalaman perjalanan yang terdahulu atau pengalaman perjalanan pada destinasi serupa lainnya. Menurut Chen & Tsai (2007) menjelaskan bahwa pengukuran trip quality mencakup 4 aspek yaitu: (1) Hospitality: yaitu kualitas perjalanan yang dinilai dari unsur keramahtamahan dan kualitas layanan yang diterima oleh wisatawan, (2) lingkungan : kualitas perjalanan yang dinilai atas unsur lingkungan yang dinikmati oleh wisatawan selama perjalanan berlangsung, (3) transportasi : Kualitas perjalanan yang dinilai atas kemudahan dalam menjangkau lokasi destinasi dan (4) amenitas : kualitas perjalanan yang dinilai atas aspek-aspek pendukung lainnya sehingga menyempurnakan perjalanan dan perjalanan menjadi berkualitas dan bermakna.

Kategori pengalaman mempertimbangkan pengalaman di tujuan wisata dan harus dipertimbangkan ketika mengukur kualitas layanan atraksi di tujuan itu. Choi (2022) mendefinisikan pengalaman ekonomi, mereka menghasilkan empat dimensi yang dapat dialami oleh pelanggan / wisatawan, yang telah menjadi indikator dalam model TOURQUAL: hiburan, pelarian atau melarikan diri dari rutinitas, estetika dan pembelajaran. Kategori keamanan, yang merupakan indikator tunggal, mengacu pada masalah keamanan yang dirasakan oleh pelanggan selama konsumsi objek wisata, kategori ini mencakup keamanan fisik dan psikologis. Kategori kualitas teknis, seperti yang dijelaskan oleh (Gronroos, 1984), adalah kualitas dari apa yang sebenarnya diterima pelanggan sebagai hasil dari interaksi mereka dengan perusahaan jasa; itu penting bagi pelanggan dan evaluasi mereka. Dalam model ini, kategori kualitas teknis mewakili semua indikator pemberian layanan itu sendiri, tidak termasuk yang melibatkan elemen manusia, yang sudah memiliki kategori mereka sendiri. Pelayanan yang baik, biaya yang masuk akal tanpa mempengaruhi kualitas (harga), kondisi iklim, infrastruktur, rambu-rambu internal, teknologi pada daya tarik, kebersihan, beragam kegiatan, dan daya dukung adalah indikator dari kategori ini.

Banyak penelitian di bidang pariwisata yang masih menggunakan dimensi SERVQUAL untuk mengukur kualitas pelayanan, sehingga pada penelitian ini menggunakan gabungan variabel dari komponen produk wisata , *trip quality* dan *tour quality* dengan tujuan supaya ada pembeda dari penelitian sebelumnya dan di hasilkan generalisasi yang lebih baik, yaitu (1) *Attraction* (daya tarik) dengan indikator atraksi alam (landskap pemandangan, fitur geografis, sumber daya alam) dan atraksi buatan (bangunan dan infrastruktur pariwisata); (2) *Amenity* (Fasilitas) dengan indikator yaitu akomodasi (hotel atau penginapan), restoran, layanan (penyewaan peralatan, polisi pantai), fasilitas tempat ibadah, dan toilet; (3) *Accessibility* (Aksesibilitas) dengan indikator yaitu infrastruktur (jalan, parkir mobil) dan sarana transportasi (tersedianya angkutan umum); (4) *Hospitality* (keramahtamahan); (5) *Environment* (lingkungan wisata).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian survei (*survey research*) yaitu metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji bebrapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner)yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Siti Sundari. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive sampling* adalah yang teknik pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Adapun kriteria responden antara lain berusia di atas 17 tahun dengan alasan karena pada usia tersebut responden sudah memahami isi kuesioner dan responden adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Wisata Siti Sundari. Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh *Roscoe* (1982) dalam bukunya *Research Methods For Business*, yaitu bila penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate maka jumlah anggota sampel minimal 10 (sepuluh) kali dari jumlah variabel yang diteliti, termasuk di dalamnya adalah jumlah variabel independen dan dependen. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariat yaitu analisis regresi linier berganda yang keseluruhan terdiri dari 6 (empat) variabel. Maka ukuran sampel yang diambil minimal = 10 x 6 variabel = 60 anggota sampel.

Teknis Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas diperlukan untuk memastikan bahwa pertanyaan yang dibuat dapat mencerminkan dimensi yang akan diukur. Menurut Siregar (2013) validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Syarat minimum untuk suatu data kuantitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila r minimal bernilai 0,3 atau r hitung > r tabel. Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 atau r hitung < r tabel, maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid dan sebaliknya.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda. Menurut Basuki & Prawoto (2016) uji realibilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach,* yaitu:

1. Jika alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna
2. Jika alpha antara 0,70-0,90 maka reliabilitas tinggi
3. Jika alpha 0,50-0,70 maka reliabilitas moderat
4. Jika alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah

Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Uji Normalitas Data

Menurut Basuki & Parawoto (2016) uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak terlalu begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka (n > 30), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar. Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah secara visual yaitu melalui Normal P-P Plot, ketentuannya adalah jika titik-titik masih berada di sekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal.

Uji Multikolinieritas

Menurut Basuki & Prawoto (2016) multikolinieritas atau kolinearitas ganda (*multicollinearity*) adalah adanya hubungan linear antara peubah bebas X dalam model regresi ganda. Multikolinieritas juga berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain saling berkorelasi linier. Berarti multikolinieritas dapat dikatakan sebgai suatu keadaan dimana variabel-variabel independen dalam suatu persamaan mempunyai hubungan yang kuat. Biasanya korelasinya mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan satu). Pendeteksian terhadap multikolineaitas akan dilakukan dengan melihat nilai VIF *(Variance Inflantion Factor)*. Kriteria pengujiannya yaitu apabila nilai VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel independen dan sebaliknya jika nilai VIF > 10 berarti terdapat multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi Basuki & Prawoto (2016) Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Siregar (2013) regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu suatu alat analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variable bebas (*independent*) terhadap satu variabel tidak bebas (*dependent*).
Formulasi umum untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \ldots + b_n X_n + e$

dimana:
Y = variabel dependen
X = variabel independen
a = konstanta
b = koefisien regresi variabel independen
e = Residual/error

Fungsi persamaan regresi selain untuk memprediksi nilai *Dependent Variable* (Y), juga dapat digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh Independent Variable (X) terhadap *Dependent Variable* (Y).

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Menurut Algifari (2015) uji koefisien regresi (uji t) bertujuan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Peneliti mengajukan dua hipotesis, yaitu hipotesis nol Ho dan hipotesis alternatif Ha. Hipotesis nol disebutkan dengan praduga kebenaran yang kemudian akan terbukti salah dengan sampel yang ada. Sedangkan hipotesis alternatif yang disebutkan harus memiliki kebenaran ketika hipotesis nol terbukti salah.

Uji F (Simultan)

Menurut Algifari (2015) pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F dijelaskan dengan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA).

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya variasi nilai variabel dependen yang dapt dijelaskan oleh semua variable independen. Angka ini sering juga digunakan sebagi ukuran besarnya pengaruh (dalam persen) semua variabel independen secara bersama-sama terhadap nilai variabel dependen. Besarnya persentase pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi (R^2) persamaan regresi estimasi. Besarnya koefisien determinasi dari 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Semakin mendekati nol besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi estimasi menunjukkan bahwa semakin kecil pula pengaruh (kemampuan menjelaskan) semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati satu besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi estimasi menunjukkan semakin besar pula pengaruh (kemampuan menjelaskan) semua variabel independen terhadap variabel dependen Algifari (2015).

HASIL

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	Sig.	Keterangan
Attraction (X1)	$X_{1.1}$	0,841	0,000	Valid
	$X_{1.2}$	0,838	0,000	Valid
	$X_{1.3}$	0,758	0,000	Valid
Amenity (X2)	$X_{2.1}$	0,712	0,000	Valid
	$X_{2.2}$	0,583	0,000	Valid
	$X_{2.3}$	0,661	0,000	Valid
	$X_{2.4}$	0,759	0,000	Valid
	$X_{2.5}$	0,701	0,000	Valid
Accessibility (X3)	$X_{3.1}$	0,871	0,000	Valid
	$X_{3.2}$	0,860	0,000	Valid
Hospitality (X4)	$X_{4.1}$	0,823	0,000	Valid
	$X_{4.2}$	0,801	0,000	Valid
	$X_{4.3}$	0,768	0,000	Valid
Environment (X5)	$X_{5.1}$	0,948	0,000	Valid

	$X_{5.2}$	0,959	0,000	Valid
	Y_1	0,900	0,000	Valid
Kepuasan (Y)	Y_2	0,878	0,000	Valid
	Y_3	0,821	0,000	Valid

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan baik dalam variabel independen (*Attraction*, *Amenity*, *Accessibility*, *Hospitality*, dan *Environment*) maupun variabel dependen (kepuasan) mempunyai nilai r hitung yang besar dari 0,30 dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

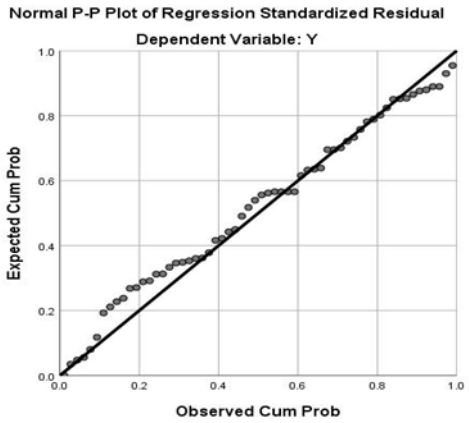
Variabel	***Cronbach Alpha* (α)**	**Keterangan**
Attraction (X1)	0,884	
Amenity (X2)	0,817	
Accessibility (X3)	0,898	Reliabel
Hospitality (X4)	0,855	α > 0,50
Environment (X5)	0,937	
Kepuasan (Y)	0,925	

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 2 tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* (α) lebih besar dari 0,50.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan Gambar 2 diketahui grafik hasil uji normalitas terhadap model regresi, terdapat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai karena telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikoliniaritas

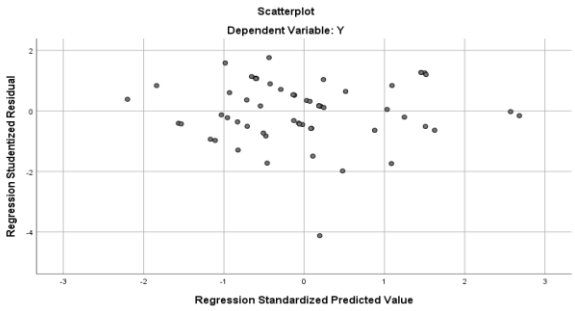
Tabel 3. *Collinearity Statistic*

Variabel	VIF	Keterangan
Attraction (X1)	1,416	VIF < 10 Tidak ada multikolinearitas
Amenity (X2)	1,421	
Accessibility (X3)	1,155	
Hospitality (X4)	1,394	
Environment (X5)	1,169	

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil analisis *Collinearity Statistic* diketahui bahwa dalam model tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini dapat dilihat pada tabel 3 dimana nilai VIF dari masing-masing variabel kurang dari 10.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah 2023

Hasil analisis dari grafik *scatterplots* pada gambar 3 terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil uji t (Parsial)

Tabel 4. Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Variabel	Koef. Regresi	t_{hitung}	Sig.	Keterangan
Konstanta	-1,703	-0,196	0,319	-
Attraction (X1)	0,219	2,140	0,037	Signifikan
Amenity (X2)	0,209	2,830	0,007	Signifikan
Accessibility (X3)	0,074	0,498	0,621	Tidak Signifikan
Hospitality (X4)	0,218	2,013	0,049	Signifikan
Environment (X5)	0,438	3,262	0,002	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2023

Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 5. Hasil uji F

Dependent Variable	*Independent Variable*	*R Square*	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.
Y	X_1, X_2, X_3, X_4, X_5	0,578	14,791	2,38	0,000

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 di atas bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada (k – 1) (n – k) (14,791> 2,38) dan nilai probabilitas signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka variabel *Attraction, Amenity, Accessibility, Hospitality,* dan *Environment* secara simultan

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dalam hal ini H_0 ditolak. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa *Attraction, Amenity, Accessibility, Hospitality,* dan *Environment* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Siti Sundari Lumajang terbukti kebenarannya atau H_6 diterima.

Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil analisis yang bisa dilihat pada tabel 4 di atas diperoleh hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,578, hal ini berarti 57,8% perubahan kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh variabel *Attraction, Amenity, Accessibility, Hospitality,* dan *Environment* sedangkan sisanya sebesar 42,2% disebabkan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat seperti harga, promosi, *customer relationship marketing* (CRM), dan lainnya.

Pembahasan

Pengaruh *Attraction* terhadap kepuasan wisatawan

Variabel *Attraction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Pengaruh yang positif dapat diartikan bahwa semakin baik *Attraction* pada Wisata Siti Sundari Lumajang akan semakin baik baik pula kepuasan wisatawan pada Wisata Siti Sundari Lumajang. Aspek *Attraction* meliputi Siti Sundari memiliki pemandangan yang indah, Siti Sundari memiliki keindahan alam yang alami, dan penataan pondok-pondok (tempat makan) yang menarik merupakan faktor yang menentukan kepuasan wisatawan. Memperkuat hasil temuan diatas Medlik dan Middleton (1973) dikutip dari buku "*Product Formulation in Tourism*" menyatakan bahwa "*the destination product consists of five components: destination attractions, destination facilities, accessibility, image and price*". Calon wisatawan mempunyai sudut pandang untuk mempertimbangkan segala bentuk kunjungan, produk harus dirancang dalam sebuah paket yang terdiri dari komponen berwujud/tidak berwujud dan aktivitas di destinasi harus dapat dirasakan oleh wisatawan sebagai pengalaman yang bersesuaian dengan harga pasar.Salah satu produk wisata yang dapat mempengaruhi kepuasan adalah daya tarik wisata. Terdapat hasil studi yang tidak mendukung hasil penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Chen & Tsai (2007); Naidoo, P, Munhurrun, P, Ladsawut (2010); (Della Corte, 2015) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Pengaruh *amenity* terhadap Kepuasan Wisatawan

Variabel *amenity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Pengaruh yang positif dapat diartikan bahwa semakin baik *Amenity* pada Wisata Siti Sundari Lumajang akan semakin baik baik pula kepuasan wisatawan pada Wisata Siti Sundari Lumajang. Aspek *Amenity* meliputi tersedianya tempat parkir yang luas, tersediannya mushola, tersediannya toilet yang nyaman dan bersi, sera tersedianya fasilitas pendukung seperti spot foto, *camping site, kids fun* merupakan faktor yang menentukan kepuasan wisatawan. Hasil ini juga sesuai dengan karakteristik responden di mana responden yang banyak berkunjung adalah perempuan. Jika dikaitkan dengan sifat perempuan yang suka berfoto, maka Siti Sundari merupakan spot foto yang indah dengan nuansa alam. Temuan penelitian ini tidak mendukung penelitian (Chen & Tsai, 2007); Al-Ababneh (2013); Mohamad, Abdullah, & Mokhlis (2012); yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas suatu tempat wisata dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Namun hasil penelitian ini

mendukung hasil studi yang dilakukan oleh Naidoo, Ramseook-munhurrun, & Ladsawut (2010) dan Della Corte (2015) yang menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Pengaruh *Accessibility* terhadap kepuasan Wisatawan

Variabel *Accessibility* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Pengaruh yang tidak signifikan *Accessibility* terhadap kepuasan wisatawan dapat dimaknai bahwa keberadaan *accessibility* dalam suatu objek wisata merupakan hal yang biasa dan bukan dianggap sebagai hal utama dalam menentukan kepuasan wisatawan. Aspek *Accessibility* meliputi kemudahan akses jalan dan kondisi jalan yang bagus bukanlah sebagai faktor yang menentukan kepuasan wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke Siti Sundari tidak memperhatikan akses jalan sebagai faktor penentu kepuasan mereka, karena wisatawan yang berkunjung yang dominan adalah perempuan dimana karakteristik perempuan berkunjung ke tempat wisata salah satu tujuannya adalah untuk mengabadikan moment untuk berfoto dan mencari spot foto yang indah, salah satunya ada di Siti Sundari, jadi mereka tidak menghiraukan akses jalan menuju Siti Sundari. Memperkuat hasil temuan diatas, dinamika alam dalam pariwisata memberi pengalaman dan kepuasan berbeda sesuai dengan situasi objek wisata serta apa yang wisatawan lakukan di destinasi, ukurannya adalah totalitas komentar para wisatawan pada setiap aspek kualitas destinasi, bagaimana penilaiannya tentang kualitas kinerja destinasi, bagaimana wisatawan itu diperlakukan, serta bagaimana perasaan mereka saat di destinasi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Chen & Tsai (2007) dan Della Corte (2015) yang menyatakan bahwa aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Pengaruh *hospitality* terhadap kepuasan wisatawan

Variabel *Hospitality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Pengaruh yang positif dapat diartikan bahwa semakin baik *Hospitality* pada Wisata Siti Sundari Lumajang akan semakin baik baik pula kepuasan wisatawan pada Wisata Siti Sundari Lumajang. Aspek *Hospitality* meliputi makanan dan minuman yang di jual di Siti Sundari harganya terjangkau, keamanan yang terjamin saat wisatawan menikmati keindahan Siti Sundari, dan pelayanan yang baik oleh karyawan di setiap akomodasi di Siti Sundari merupakan faktor yang menentukan kepuasan wisatawan. Hasan (2015) menyatakan bahwa daya tarik sebuah destinasi pariwisata penting atau tidak sangat tergantung pada apa yang diinginkan wisatawan saat mereka menghabiskan waktu di destinasi (tempat wisata), serta kondisi geografi destinasi itu sendiri. Umumnya wisatawan akan menafsirkan daerah wisata secara rasional dan emosional, oleh karena itu untuk membuat wisatawan bersedia mengunjungi kembali destinasi yang sama di masa yang akan datang dan merekomendasikan kepada orang lain, untuk itu harus mempertimbangkan secara matang sajian atraksi, fasilitas dasar, atraksi budaya, dan pilihan transportasi, lingkungan alam, dan berbagai faktor ekonomis lainnya yang mempengaruhi keputusan wisatawan.

Pengaruh *Environment* terhadap Kepuasan Wisatawan

Variabel *Environment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Pengaruh yang positif dapat diartikan bahwa keberadaan *Environment* pada Wisata Siti Sundari Lumajang yang semakin baik akan diikuti semakin baiknya kepuasan wisatawan pada Wisata Siti Sundari Lumajang. Aspek *Environment* meliputi suhu di Siti Sundari

sejuk dan lingkungan di Siti Sundari nyaman merupakan faktor yang menentukan kepuasan wisatawan. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil studi yang dilakukan oleh Chen dan Tsai (2007), bertujuan untuk mengevaluasi citra destinasi dan mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap niat perilaku kembali (*behavioral intention*). Variabel dalam penelitian ini antara lain citra destinasi, kualitas perjalanan wisata (*hospitality, attractions, transportations, amenity*), nilai yang dirasakan, kepuasan dan niat perilaku kembali (*behavioral intention*).

Pengaruh *Attraction, Amenity, Accessibility, Hospitality,* dan *Environment* terhadap Kepuasan Wisatawan

Variabel *Attraction, Amenity, Accessibility, Hospitality*, dan *Environment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil diperoleh koefisien penentuan berganda (R^2) sebesar 0,578, hal ini berarti 57,8% perubahan kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh variabel attraction, amenitas, aksesibilitas, keramahtamahan, dan lingkungan sedangkan sisanya 42,2% dipengaruhi variabel lain misalnya harga, promosi, CRM dan lain-lain.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel atribut destinasi yang terdiri dari *Attraction, Amenity, Hospitality*, dan *Environment* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada wisata Siti Sundari Lumajang, namun accessibility tidak berpengaruh. Makna dari temuan ini adalah bahwa wisatawan yang berkunjung ke Siti Sundari tidak mempertimbangkan akses menuju tempat wisata tersebut, yang terpenting kebutuhan wisatawan terpenuhi saat berada di tempat wisata seperti menikmati keindahan alami di Siti Sundari, lingkungan yang nyaman serta fasilitas yang memadai. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa semua variabel atribut destinasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Siti Sundari Lumajang. Sehingga dari hasil penelitian tersebut dapat memberikan kontribusi/manfaat untuk pengelola wisata Siti Sundari untuk mengelola lebih baik lagi terkait atribut destinasi yang ada seperti menambah daya tarik yang unik, menyediakan fasilitas yang lebih lengkap sesuai kebutuhan wisatawan, akses jalan yang bagus, lingkungan yang nyaman dan bersih supaya pengunjung lebih puas dengan pelayanan yang diberikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

- Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada kampus almamater tercinta Institut Teknologi Dan Bisnis Widya Gama Lumajang yang telah memberikan pendanaan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
- Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga saya mendapatkan data penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Ababneh, M. (2013). Service\nQuality and its Impact on Tourist Satisfaction. *Interdisciplinary\nJournal of Contemporary Research in Business*, 164–177.

Algifari. (2015). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Basuki, dkk. 2016. Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Chen, C. F., & Tsai, D. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect

behavioral intentions? *Tourism Management*, *28*(4), 1115–1122. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007

Choi, M. (2022). Experience Economy. *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. https://doi.org/10.4337/9781800377486.experience.economy

Della Corte, V. (2015). Customer Satisfaction in Tourist Destination: The Case of Tourism Offer in the City of Naples. *Journal of Investment and Management*. https://doi.org/10.11648/j.jim.s.2015040101.16

Grönroos, Christian. "A service quality model and its marketing implications." European Journal of marketing 18.4 (1984): 36-44.

Hasan, Ali. 2015. Tourism Marketing. Yogyakarta: CAPS.

Lai, F., Griffin, M., & Babin, B. J. (2009). How quality, value, image, and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom. *Journal of Business Research*, *62*(10), 980–986. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.10.015

Medlik, S. and Middleton, V.T.C. (1973). Product formulation in tourism. Tourism and Marketing, 13.

Mohamad, M., Abdullah, A. R., & Mokhlis, S. (2012). Tourists' Evaluations of Destination Image and Future Behavioural Intention: The Case of Malaysia. *Journal of Management and Sustainability*, *2*(1), 181–189. https://doi.org/10.5539/jms.v2n1p181

Naidoo, P, Munhurrun, P, Ladsawut, J. (2010). Tourist Satisfaction With Mauritius As a. *Global Journal of Business Research*, *4*(2), 113–123.

Naidoo, P., Ramseook-munhurrun, P., & Ladsawut, J. (2010). Tourist satisfaction with mauritius as a holiday destination. *Journal of Business Research*, *4*(2), 113–124.

Roscoe, J. T. (1982). Research methods for business. *Boston: Kent*.

Siregar, S. (2013). Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual & SPSS.

Smith, S. L. J. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research*, *21*(3), 582–595. https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90121-X https://salsawisata.com/wisata-siti-sundari/