

**PENGARUH *ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITIES, DAN  
ANCILLARY* TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA WISATA  
KOPI RIGIS JAYA DI KECAMATAN AIR HITAM, KABUPATEN  
LAMPUNG BARAT, PROVINSI LAMPUNG**

**(Skripsi)**

**Oleh:**

**Firman Handika  
NPM 1946051009**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2023**

## ABSTRAK

### **PENGARUH *ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITIES, DAN ANCILLARY* TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA WISATA KOPI RIGIS JAYA DI KECAMATAN AIR HITAM, KABUPATEN LAMPUNG BARAT, PROVINSI LAMPUNG**

Oleh

**Firman Handika**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *attraction, accessibility, amenities, dan ancillary* terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Kopi Rigus Jaya Di Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu *attraction (X1), accessibility (X2), amenities (X3), dan ancillary (X4)* serta Kepuasan Pengunjung sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata kopi rigis jaya data tersebut diperoleh dari kuisioner dengan menggunakan skala likert yang disebar melalui google form ke media sosial intragram, whatshapp dan personal chat. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 sampel yang diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda dengan hasil secara simultan variabel *attraction, accessibility, amenities, dan ancillary* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya dengan nilai R Square sebesar 0,811 atau 81,1%. Sedangkan hasil secara parsial menunjukkan bahwa variabel *attraction, accessibility, amenities, dan ancillary* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Kopi Rigus Jaya Di Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya dimana penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi penelitian selanjutnya dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan pengaruh variabel atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ancillary terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya.

**Kata Kunci:** *Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary, Kepuasan Pengunjung*

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITIES, AND ANCILLARY ON VISITOR SATISFACTION AT RIGIS JAYA COFFEE TOUR IN AIR BLACK DISTRICT, LAMPUNG BARAT, LAMPUNG PROVINCE***

**By**

**Firman Handika**

*This research aims to explain the influence of attraction, accessibility, amenities, and ancillary on visitor satisfaction at the Rigis Jaya Coffee Tour in Air Hitam District, West Lampung Regency, Lampung Province. The independent variables used in this research are attraction (X1), accessibility (X2), amenities (X3), and ancillary (X4) and visitor satisfaction as the dependent variable. This research uses a quantitative approach with explanatory research. The population in this study were visitors to the Rigis Jaya coffee tourist attraction. The data was obtained from a questionnaire using a Likert scale which was distributed via Google Form to social media, Intragram, WhatsApp and personal chat. The sample in this study amounted to 100 samples taken using purposive sampling technique. The data in this study were analyzed using multiple linear regression with simultaneous results of the attraction, accessibility, amenities and ancillary variables having a significant effect on the satisfaction of visitors to the Rigis Jaya coffee tourist attraction with an R Square value of 0.811 or 81.1%. Meanwhile, partial results show that the variables attraction, accessibility, amenities, and ancillary have a significant influence on visitor satisfaction at the Rigis Jaya Coffee Tour in Air Hitam District, West Lampung Regency, Lampung Province. It is hoped that this research can add insight for future researchers, where this research can become a reference for further research in solving problems related to the influence of attraction, accessibility, amenities and ancillary variables on visitor satisfaction at the Rigis Jaya coffee tourism site.*

**Keywords: Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary, Visitor Satisfaction**

**PENGARUH *ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITIES, DAN  
ANCILLARY* TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA WISATA  
KOPI RIGIS JAYA DI KECAMATAN AIR HITAM, KABUPATEN  
LAMPUNG BARAT, PROVINSI LAMPUNG**

**Oleh**

**Firman Handika**

**Skripsi**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar  
SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**Pada**

**Program Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2023**

Judul Skripsi : **PENGARUH ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITIES, DAN ANCILLARY TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA WISATA KOPI RIGIS JAYA DI KECAMATAN AIR HITAM, KABUPATEN LAMPUNG BARAT, PROVINSI LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Firman Handika**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1946051009**

Program Studi : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**MENYETUJUI**

1. **Komisi Pembimbing**

**Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.**  
NIP 19740918 200112 1 001

**Ghia Subagja, S.E., M.M**  
NIP 231808921127101

2. **Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis**

**Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc**  
NIP 19740918 200112 1 001

**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua

: **Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.**

Sekretaris

: **Ghia Subagja, S.E., M.M.**

Penguji

: **Drs. Dadang Karya Bakti., M.M.**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Ira Ida Nurhaida, M.Si.**

NIP. 19610807 198703 2 001



**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 November 2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universita Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah. dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 17 November 2023

Yang membuat pernyataan,



**Firman Handika**  
NPM. 1946051009

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Firman Handika, lahir di Menggala 03 Februari 2001. Penulis merupakan anak ketiga dari pasangan Bapak Hamdan dan ibu India Wati. Penulis memiliki satu saudara Perempuan yang bernama Indah Wulan Dari dan satu orang saudara Laki-laki yang bernama Ahmad Irwan. Penulis telah menyelesaikan pendidikan pertama di SD Negeri 01 Menggala, Kab Tulang Bawang pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 01 Menggala, Kab Tulang Bawang dan lulus pada tahun 2016, serta SMA Negeri 01 Menggala, Kab Tulang Bawang lulus pada tahun 2019.

Pada tahun 2019, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Selama menjadi mahasiswa penulis aktif bergabung dalam organisasi HMJ Ilmu Administrasi Bisnis sebagai anggota Kewirausahaan pada tahun 2020-2021 serta sebagai anggota UKM Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Penawar Jaya, Kecamatan Banjar Margo, Kabupaten Tulang Bawang pada tahun 2022 selama 40 hari sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Pada Juli 2020, penulis mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. PLN UP3 Tanjung Karang selama 30 hari.



## **MOTTO**

“Tetaplah merasa bodoh agar terus belajar, dan tetaplah merasa lapar agar terus berusaha”  
(Steve Jobs)

“Satu-satunya jalan untuk melakukan pekerjaan hebat adalah dengan mencintai apa yang Anda lakukan”  
(Marcus Aurelius)

“Hanya karena kamu butuh waktu lebih lama untuk sukses dibandingkan orang lain, bukan berarti kamu sudah gagal”  
-Firman

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Dengan mengucapkan segala puji syukur atas rahmat dan karunia yang telah diberikan Allah SWT dengan segala kerendahan hati, saya mempersembahkan skripsi ini kepada:*

*Kedua orang tua tercinta*

***Ayahanda Hamdan***

***dan***

***Ibunda India Wati***

*Skripsi ini sebagai bentuk kasih sayang, lelah, doa, semangat, dan dukungan yang telah diberikan bati dan bunda selama 22 tahun kehidupan saya, untuk asuhan dan nasehat-nasehat yang membentuk pribadi saya sekarang ini.*

*Saudara-saudara kandung serta ipar*

*Indah Wulan Dari*

*Ahmad Irwan*

*Candra peratama*

*Ita Sasmita*

*Atas doa dan dukungannya*

*Almamater tercinta*

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

## SANWACANA

Alhamdulillahirobbil'alamin dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenities, Dan Ancillary Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Kopi Rigin Jaya Di Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung”**.

Penyusunan sampai selesainya skripsi ini mendapatkan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karenanya dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan umur panjang, kesehatan serta kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada orang tua tercinta yaitu Bati dan Bunda terima kasih atas segala perjuangan yang telah kalian lakukan untuk hidup saya, sehingga saya hidup sangat layak dan membiayai pendidikan saya sampai ke jenjang sarjana. Terima kasih atas kesabaran, kasih sayang, kekuatan, nasihat dan do'a restu yang kalian panjatkan di setiap langkah saya. Doa saya semoga Allah SWT memberika kebahagiaan, kesehatan dan keselamatan di dunia maupun di akhirat kelak untuk kalian
3. Kepada kedua saudara saya Indah Wulan Dari dan Ahmad Irwan serta Kakak ipar saya yang selalu memberikan semangat saya sampai saat ini, semoga kita semua dapat membahagiakan kedua orang tua kita dan menjadi keluarga yang lebih baik.
4. Ibu Dra. Ida Nurida, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung

6. Bapak Arif Sugiono, M.Si selaku Wakil Dekan Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
7. Bapak Dr. Robi Cahyadi K, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
8. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Serta selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan kesabaran dalam proses penyusunan sampai dengan selesainya skripsi.
9. Bapak Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
10. Bapak Ghia Subagja S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan kesabaran dalam proses penyusunan sampai dengan selesainya skripsi.
11. Bapak Drs. Dadang Karya Bakti., M.M selaku dosen penguji yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan arahan yang diberikan dalam perbaikan skripsi ini.
12. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang selama ini sangat berjasa, membantu dan memberi arahan serta memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis
13. Teman-teman Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2019, atas kebersamaan dan persahabatan yang terjalin selama ini.
14. Bapak Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si. selaku paman saya yang selalu memberikan motivasi, arahan serta wawasan yang baik
15. Teman serta sahabat saya Agung, Aji, Rasika, April, Mada, Andeatak, dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan terimakasih saran dan masukannya.
16. Teman-teman KKN Penawar Jaya yang telah membantu dalam menjalankan KKN dengan baik dan lancar
17. Almamater tercinta Universitas Lampung

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat untuk pihak yang membutuhkan. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Bandar Lampung, 17 November 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping letters and flourishes.

Firman Handika

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DARTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR RUMUS .....</b>	<b>v</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Pemasaran Pariwisata .....	9
2.2 Attraction (Daya Tarik Wisata).....	10
2.2.1 Jenis-Jenis <i>Attraction</i> .....	11
2.3 Accesability (Aksesibilitas).....	12
2.3.1 Indikator <i>Akseibilitas</i> .....	12
2.4 Amenities (Fasilitas).....	13
2.4.1 Komponen <i>Amenities</i> (Fasilitas Wisata).....	13
2.5 Ancillary (Kelembagaan menyediakan layanan tambahan) .....	14
2.6 Kepuasan wisata .....	14
2.7 Penelitian terdahulu.....	15
2.8 Kerangka Pemikiran .....	17
2.9 Hipotesis Penelitian.....	18
<b>III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	19
3.2 Populasi dan Sampel.....	19
3.2.1 Populasi.....	19
3.2.2 Sampel .....	20
3.3 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	21
3.4 Sumber Data .....	25
3.4.1 Data Primer.....	25
3.4.2 Data Sekunder.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6 Skala Pengukuran Variabel .....	26
3.7 Teknik Pengukuran Intrumen .....	26
3.7.1 Uji Validitas .....	26

3.7.2	Uji Reliabilitas .....	28
3.8	Teknik Analisis Data.....	30
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	30
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.8.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
3.8.4	Uji Hipotesis .....	33
3.8.5	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	35
<b>IV.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.2	Hasil Analisis Data .....	38
4.2.1	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	38
4.2.2	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	52
4.2.3	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	56
4.2.4	Hasil Uji Hipotesis.....	58
4.2.5	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
4.3	Pembahasan .....	62
4.3.1	Pengaruh <i>Atraksi</i> Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	62
4.3.2	Pengaruh <i>Aksesibilitas</i> Terhadap Kepuasan Pengunjung ....	64
4.3.3	Pengaruh <i>Amenitas</i> Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	66
4.3.4	Pengaruh <i>Ancillary</i> Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	67
4.3.5	Pengaruh <i>Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Dan Ancillary</i> .. Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	69
<b>V.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran .....	72
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman Menurut Pintu Masuk, Januari 2021 – Agustus 2022 ..... 2
Gambar 1.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Lampung Periode 2016-2022. 3
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran ..... 17
Gambar 4.1	Tampak depan Wisata Kopi Rigin Jaya ..... 38
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal..... 39
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 40
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..... 41
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan..... 42
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung..... 43
Gambar 4.7	Hasil Uji Normalitas Data ..... 53
Gambar 4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas..... 55



## DARTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	Jumlah pengunjung wisatawan Kopi Rigis pada tahun 2020.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1	Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.2	Skala Pengukuran <i>Likert</i> .....	26
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 3.4	Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 3.5	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	36
Tabel 4.1	Interpretasi Skala Jawaban Responden .....	44
Tabel 4.2	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel <i>Attraction</i> .....	45
Tabel 4.3	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel <i>Accessibility</i> .....	46
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel <i>Amenitas</i> .....	48
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel <i>Ancillary</i> .....	49
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan Pengunjung.....	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
Tabel 4.9	Hasil Uji t .....	59
Tabel 4.10	Perbandingan $t_{tabel}$ dan $t_{hitung}$ .....	59
Tabel 4.11	Hasil Uji F .....	61
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	62

## DAFTAR RUMUS

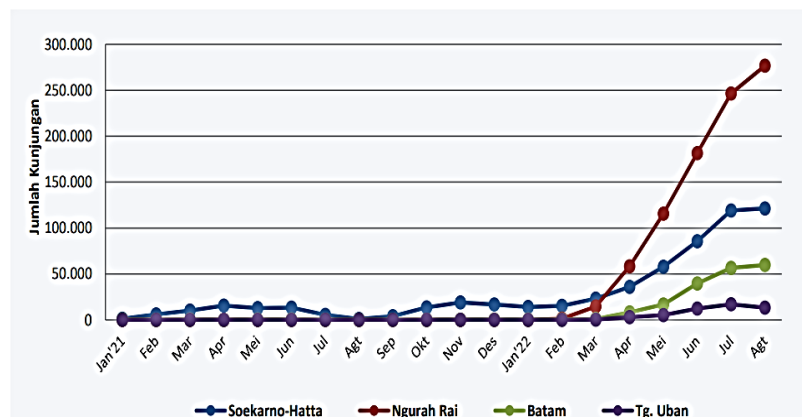
Rumus	Halaman
Rumus 3.1 <i>Lemeshow</i> .....	21
Rumus 3.2 Uji Validitas .....	27
Rumus 3.3 Uji Realibilitas.....	29
Rumus 3.4 Analisis Rearesi linear beganda.....	33
Rumus 3.5 Uji T ( <i>t-test</i> ) .....	33
Rumus 3.6 Uji F ( <i>f-test</i> ) .....	34
Rumus 4.1 Persamaan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	56

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki letak geografis yang sangat menguntungkan sehingga menjadikan Indonesia negara yang sangat kaya akan sumber daya alam. Posisi Indonesia yang di kelilingi beberapa benua dan samudra serta iklim tropis yang memiliki dua musim panas dan musim hujan, menjadikan negara Indonesia sebagai tempat wisatawan domestik maupun wisata mancanegara berbondong bondong mengunjungi tempat wisata. Dengan hal tersebut Indonesia dapat lebih mengembangkan wisata yang membuat potensi besar dalam meningkatkan sektor pariwisata (Kreatif, 2018).

Pada tahun 2020 Indonesia memiliki perusahaan objek daya tarik wisata yang berjumlah sebesar 2.552 perusahaan dan jumlah perusahaan tersebut terbagi menjadi 6 objek wisata. Objek wisata buatan sebanyak 1.003 perusahaan dan menjadi perusahaan terbanyak di Indonesia, 651 objek wisata alam, 530 objek wisata tirta, 236 objek wisata budaya, kawasan pariwisata sebanyak 92 perusahaan dan taman hiburan dan rekreasi sebanyak 40 perusahaan. Pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia yang pulih lebih cepat bangkit lebih kuat. Bahkan kebangkitan itu menjadi tumpuan para pemimpin pengambil keputusan dalam pertimbangannya terkait pertumbuhan ekonomi (Badan Pusat Statistik 2022) .

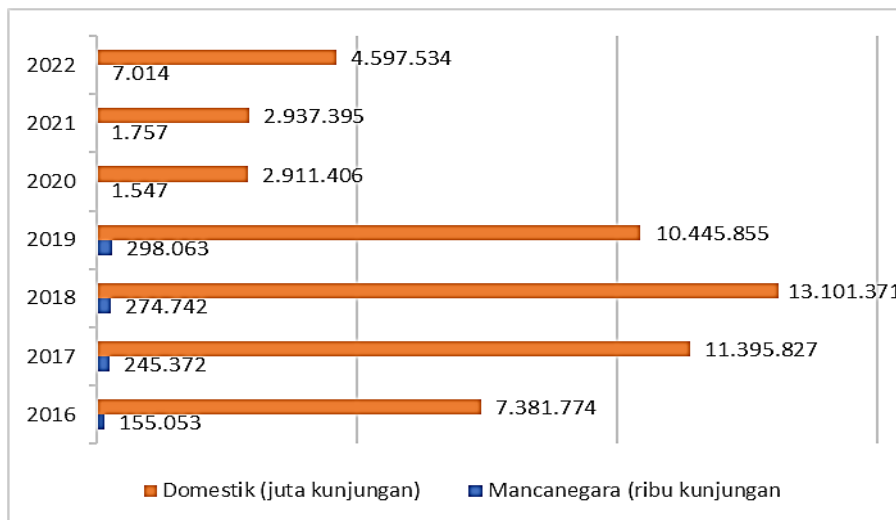


Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman Menurut Pintu Masuk, Januari 2021 – Agustus 2022

*Sumber : Badan Pusat Statistik (2022)*

Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia melalui pintu masuk utama pada Agustus 2022 mencapai 510,25 ribu kunjungan, naik signifikan 28.727,46 persen dibandingkan dengan kondisi Agustus 2021. Jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada Agustus 2022 juga mengalami peningkatan sebesar 6,98 persen. Dari Januari hingga Agustus 2022, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia melalui pintu masuk utama mencapai 1,73 juta kunjungan, naik 2.028,65 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada periode yang sama tahun 2021 (Badan Pusat Statistik, 2022).

Tanah Nusantara selalu menawarkan pesona alam yang luar biasa indah, salah satunya adalah Provinsi Lampung, yang terletak di ujung selatan Pulau Sumatra. Selain destinasi wisata pantai, Lampung juga memiliki ragam panorama lainnya yang tak kalah elok dan populer. Dari periode 2016 – 2019, jumlah wisman terus naik dari 155 ribu menjadi 298 ribu orang. Tapi saat covid-19 melanda jumlah kunjungan wisman terjun bebas jadi hanya 1.547 orang. Hal serupa terjadi pada kunjungan wisnus. Sejak 2016 – 2019, jumlah wisatawan terus naik dari 7 jutaan orang menjadi 10 juta orang. Tapi saat pandemi merosot di angka 2,9 juta orang (Fernando, 2023)



Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Lampung  
Periode 2016-2022

Sumber : Fernando (2023)

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa sejak tahun 2022, jumlah kunjungan wisatawan ke Lampung mulai menunjukkan pertumbuhan. Kunjungan wisnus naik 1.660.139 orang dalam setahun. Sementara wisman naik 5.257 orang dalam setahun (Fernando, 2023).

Provinsi Lampung, industri pariwisata berperan dalam pertumbuhan ekonomi daerah. Kontribusi industri pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi Lampung selama periode lima tahun terbukti dengan peningkatan PDB kota sebesar 5 hingga 6 persen. Jelas bahwa perluasan hotel, tempat makan, dan transportasi darat, laut, dan udara telah membantu perekonomian Lampung berkembang. Perekonomian secara langsung dipengaruhi oleh devisa yang dihasilkan karena merupakan pengeluaran konsumsi wisatawan yang secara langsung menguntungkan industri yang mempromosikan pariwisata, seperti penginapan, makan, transportasi, hiburan, dan sebagainya (Anggarini, 2021). Sektor ekonomi yang terhubung dengan sektor pariwisata dapat terpengaruh secara tidak langsung. Misalnya, jika pengunjung asing membeli kopi, bisnis pengolahan kopi, petani kopi, dan sektor perdagangan semuanya untung. Oleh karena itu sangat penting bagi pertumbuhan pariwisata (Badan Pusat Statistik 2022)

Menurut Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Provinsi Lampung, pariwisata penting bagi perekonomian provinsi (2005-2025). Selain itu, tujuan dari rencana induk pengembangan pariwisata Provinsi Lampung 2011-2031 adalah menjadikan Lampung sebagai destinasi pariwisata unggulan yang berdaya saing. Lampung memiliki wilayah yang luas dan strategis, kekayaan barang produksi lokal, pertanian, ekonomi kreatif, budaya, dan ketersediaan infrastruktur, di samping kebijakan yang mendukung (Sari *et al.*, 2022).

Salah satu Kabupaten di Lampung yang memiliki potensi akan pariwisata yaitu Kabupaten Lampung Barat yang memiliki Lokasi wisata memberikan potensi dan sumber daya alam yang begitu eksotis, dan banyak destinasi wisata yang berkembang hingga saat ini (Indahningrum *et al.*, 2020). Lampung Barat memiliki berbagai macam tempat wisata, antara lain pantai, danau, gunung, dan situs sejarah. Mau tidak mau, pemerintah daerah terus memajukan pembangunan infrastruktur untuk meningkatkan pariwisata di Lampung Barat (Anggarini dalam Hermanto, 2021).

Banyaknya keunikan wisata yang adanya di Lampung Barat salah satunya adalah kampung rigis jaya, Desa wisata ini berlokasi di Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung. Kampung Rigis Jaya memiliki beragam daya tarik yang dinilai sebagai keunggulan tersendiri. Beberapa di antaranya adalah keindahan alam dan budaya lokalnya yang bisa dinikmati wisatawan yang berkunjung. Agrowisata Kampoeng Kopi Rigis Jaya adalah salah satu destinasi wisata yang menawarkan pembelajaran pengelolaan kopi dari tahap pembibitan hingga proses siap konsumsi, memberikan Agrowisata Kampoeng Kopi salah satu industri wisata unggulan di Kabupaten Lampung Barat (Rosalia *et al.*, 2022). Pada tahun 2020 Jumlah pengunjung wisatawan Kopi Rigis Jaya tercatat sebagai berikut.

Tabel 1.1 Jumlah pengunjung wisatawan Kopi Rigis pada tahun 2020

No	Bulan	Pengunjung 2020
1.	Januari	2.998
2.	Februari	698
3.	Maret	329
4.	April	Tutup
5.	Mei	Tutup
6.	Juni	Tutup
7.	Juli	1.334
8.	Agustus	700
9.	September	67
10.	Oktober	230
11.	November	324
12.	Desember	672
	Jumlah	7.352

Sumber : Rosalia *et al.*, (2022)

Terkait keindahan alam, desa wisata ini memiliki perkebunan kopi yang dibudidayakan secara baik oleh penduduk setempat. Alhasil, Kampung Rigis Jaya cocok dikunjungi pada pencinta kopi dan wisatawan pada umumnya yang ingin melakukan kegiatan wisata edukasi dan agrowisata. Kampung Rigis Jaya memiliki perkebunan kopi dengan luas lebih kurang 498,34 hektar. Setiap satu hektarnya, desa wisata ini dapat menghasilkan dua ton kopi. Hal ini membuat warga setempat mampu memproduksi kopi robusta mencapai 1.058 ton dalam setahun. Potensi inilah yang juga membuat Kampung Rigis Jaya disebut sebagai Kampung Kopi (Rosalia *et al.*, 2022).

Pengunjung membutuhkan berbagai kebutuhan dan pelayanan ketika mereka mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Kebutuhan dasar meliputi makan dan minum, penginapan, dan akses transportasi antar lokasi. Penyediaan atraksi, aksesibilitas ameniti, dan layanan tambahan, mendukung pertumbuhan pariwisata. Atraksi wisata meliputi hal-hal seperti keindahan alam, budaya dan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan manusia. Aksesibilitas mengacu pada adanya sarana yang memudahkan wisatawan untuk mengakses suatu tempat, dalam hal ini adanya sarana transportasi. *Amenitas*, atau tersedianya fasilitas untuk melayani kebutuhan wisatawan selama kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata, seperti adanya

penjual makanan, minuman, penginapan, dan souvenir. Fasilitas pendukung lainnya yang disebut *ancillary* antara lain tempat ATM, satpam, dan petugas yang membantu. Jika fasilitas wisata tidak dapat diakses atau tidak dalam kondisi prima, wisatawan tidak mau mengunjungi suatu situs. Fasilitas merupakan salah satu aspek yang menciptakan kepuasan pengunjung (Sunaryo, 2013).

Salah satu faktor yang menentukan tingkat kontribusi ekonomi dari pariwisata adalah jumlah kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan. Konsumsi wisatawan dan kesejahteraan penduduk lokal secara logis dapat dipengaruhi oleh pengelolaan suatu destinasi pariwisata. Tingkat konsumsi pengunjung akan meningkat dan secara langsung meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan pengelolaan destinasi yang lebih baik. *Atraksi, Aksesibilitas, Amenities, dan Ancillary* pariwisata semuanya mencerminkan pengelolaan destinasi wisata (Wirawan & Semara, 2021).

Bedasarkan temuan yang berbeda dari studi sebelumnya yang telah dilaporkan. Menurut studi yang dilakukan oleh Alfitriani dan Ummasyroh (2021) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atraksi wisata memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Sedangkan menurut Wahi dan Huynh (2023) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atraksi, promosi, dan aksesibilitas disimpulkan sebagai pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk mengunjungi kembali wisatawan. Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Pengaruh *Attraction, Accessibility, Amenities, Dan Ancillary* Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Kopi Rigis Jaya Di Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung.**

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Seberapa besar *attraction* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya?
2. Seberapa besar *amenity*, berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya?



3. Seberapa besar *accessibility*, berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya?
4. Seberapa besar *ancilliary*, berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya?
5. Seberapa besar *attraction*, *amenity*, *accessibility*, dan *anciliary* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *attraction* terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya
2. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *amenity* terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya
3. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *accessibility*, terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya
4. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *ancilliary* terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya
5. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *attraction*, *amenity*, *accessibility*, dan *anciliary* secara simultan terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian tersebut, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Praktis
  1. Sebagai wadah bagi peneliti untuk memperluas wawasannya di bidang pariwisata, khususnya di bidang atraksi, aksesibilitas, *amenitas*, dan tambahan di objek wisata, peneliti juga dapat melatih diri tentang bagaimana menerapkan apa yang telah dipelajari untuk menggunakan dan memajukan pemahaman.

2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat sebagai informasi, serta bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pengelola obyek wisata Kopi Riris Jaya mengembangkan destinasinya dalam rangka untuk menciptakan kepuasan pengunjung.
- b. Bagi Teoritis
1. Menyediakan informasi tentang faktor pengaruh *attraction*, *accessibility*, *amenities*, dan *ancillary* terhadap kepuasan pengunjung.
  2. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi dan pembandingan bagi penelitian yang akan dilakukan di masa yang akan datang.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pemasaran Pariwisata

Menurut Spilane dalam Monica *et al.*, (2023) Pariwisata didefinisikan sebagai perjalanan transit dari satu lokasi ke lokasi lain yang dilakukan oleh orang atau kelompok dalam upaya untuk mencapai keseimbangan antara aspek sosial, budaya, alam, dan estetika kehidupan. Sedangkan menurut Syafiqah *et al.*, (2022) Masyarakat, pengusaha, federal, negara bagian, dan pemerintah lokal semua memberikan kontribusi fasilitas dan layanan untuk mendukung berbagai kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata.

Pemerintah Indonesia mendukung industri pariwisata sebagai salah satu industri INDI 4.0 (Indonesia Industri 4.0) karena potensi Indonesia yang sangat besar untuk menjadi tujuan wisata populer di dunia. Menurut Suryatni (2021) terdapat tiga unsur pokok yang membedakan Indonesia dengan negara lainnya yakni:

1. *People* (masyarakat). Dunia mengakui Indonesia atas kehangatan masyarakat dan kesediaan masyarakat untuk berteman dengan negara manapun.
2. *Nature* (alam). Dengan gunung-gunung di setiap pulau, pantai-pantai yang eksotis, gua-gua, dan hamparan sawah yang sangat luas, Indonesia seperti sepotong surga yang tidak dapat dimiliki oleh setiap bangsa lain.
3. *Cultural heritage* (warisan budaya). Dengan 1.340 kelompok etnis dan 300 kelompok etnis, Indonesia adalah negara besar dan beragam dengan kekayaan keragaman.

Dengan memproduksi dan secara bebas mempertukarkan barang berharga dengan orang lain, pemasaran adalah kegiatan sosial dan manajemen yang memungkinkan baik individu maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan.

Pemasaran lebih dari sekadar cara menjual barang tetapi juga harus dapat memberikan kepuasan jangka panjang kepada pelanggan. Menurut Kotler 1993 (dalam Manafe *et al.*, 2016) tujuan pemasaran adalah untuk menentukan permintaan klien dan menanganinya secara efektif sehingga semua item secara alami akan terjual dengan sendirinya. Dalam pemasaran penekanan lebih banyak ditempatkan pada susunan dan perilaku segmen pasar yang sebenarnya. Fokusnya adalah bagaimana meyakinkan pasar bahwa produk (tujuan) yang diberikan lebih unggul dan unik dari barang pesaing. Tidak selalu mungkin untuk mempromosikan produk pariwisata melalui media tradisional, terutama yang melayani ceruk tertentu (Manafe *et al.*, 2016).

## **2.2 *Attraction* (Daya Tarik Wisata)**

Menurut pendapat Hanief dan Pramana (2018) Atraksi wisata adalah segala sesuatu, baik tempat maupun kegiatan yang dapat menarik wisatawan untuk datang dengan tujuan berwisata. Atraksi wisata dapat merupakan kombinasi dari berbagai jenis daya tarik wisata. Sumber daya yang tidak atau belum dikembangkan, belum dapat disebutkan sebagai atraksi wisata tetapi hanya sumber daya potensial, hingga dilakukan pengembangan *aksesibilitas*, fasilitas wisata, dan aktivitas wisata. Sedangkan menurut Chaerunissa dan Yuniningsih, (2020) *Attraction* adalah segala hal yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata. Sumber daya alam berupa kualitas fisik dan daya tarik lokasi itu sendiri dapat dijadikan sebagai daya tarik. Selain itu, aspek budaya seperti peristiwa sejarah, agama, cara hidup masyarakat, praktik pemerintahan, dan adat istiadat setempat baik dari masa lalu maupun masa kini, dapat dimanfaatkan untuk menarik pengunjung. Hampir setiap tempat menawarkan atraksi unik yang tidak ada di tempat lain.

Ab, (2022) mengatakan atraksi wisata memiliki arti semua obyek atau atraksi yang tersedia sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut, *attraction* merupakan produk utama dari suatu destinasi yang dapat menarik minat wisatawan yang berkunjung. Sedangkan menurut Saragih (2023) Atraksi adalah peristiwa yang terjadi secara teratur, baik yang tradisional maupun yang

terlembagakan dalam kehidupan masyarakat kontemporer, dianggap sebagai daya tarik wisata jika menarik minat wisatawan untuk mengamati atau hadir. Eksplorasi dan pengembangan suatu objek wisata dilakukan untuk membangkitkan rasa ingin tahu pengunjung dan mendorong mereka untuk melakukan perjalanan ke tempat tertentu.

### **2.2.1 Jenis-Jenis *Attraction***

Menurut Hanief dan Pramana, (2018) Parawisata akan berkembang apabila *Attraction* wisata memiliki 3 jenis yaitu :

#### 1. Atraksi wisata alam

Besumber dari ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, contohnya:

- a. Pemandangan.
- b. Iklim/cuaca.
- c. Pantai.
- d. Laut.
- e. Flora.
- f. Fauna.
- g. Pegunungan.

#### 2. Atraksi sosial budaya

Bersumber dari hasil budaya, benda-benda yang yang diciptakan manusia, dan tata nilai yang berkembang di masyarakat, contohnya:

- a. Peristiwa budaya dan keagamaan.
- b. Pertunjukan kesenian tradisional.
- c. Pola budaya dan gaya hidup masyarakat.
- d. Atraksi kesenian.
- e. Peninggalan budaya/sejarah.

#### 3. Atraksi wisata buatan manusia

Bersumber dari hasil kerja tangan manusia, contohnya:

- a. Pusat industri dan teknologi.
- b. Pusat perbelanjaan.
- c. Kebun binatang.
- d. Galeri seni atau museum.

- e. Resort.
- f. Taman rekreasi.

### **2.3 Accesability (Aksesibilitas)**

Kemudahan suatu lokasi dapat dicapai dari lokasi lain melalui sistem transportasi dikenal sebagai *aksesibilitas*. Kemudahan yang membutuhkan waktu, uang, dan upaya untuk berpindah antar lokasi atau area merupakan ukuran keterjangkauan atau *aksesibilitas*. Terdapat pengertian aksesibilitas yaitu memfasilitasi penyediaan fasilitas bagi penyandang disabilitas dengan penerapan yang optimal guna mencapai kesempatan yang sama dalam mengakses berbagai kegiatan dan layanan dalam aspek kehidupan berikut fasilitas dan layanan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas (Prawira dan Pranitasari, 2020).

Menurut Sunaryo dalam Diwangkara *et al.*, (2020) *aksesibilitas* pariwisata Adalah segala fasilitas yang memudahkan wisatawan untuk mencapai suatu destinasi atau tujuan destinasi wisata yang terkait. Millenia *et al.*, (2021) mendefinisikan istilah *aksesibilitas* sebagai "barang, jasa, aktivitas, dan tujuan yang diinginkan agar mudah diakses dengan ketersediaan, keterjangkauan, dan kenyamanan fasilitas transportasi", "informasi", atau "distribusi geografis aktivitas dan tujuan", di antara faktor-faktor lainnya." Transportasi adalah bagian penting dari perasaan puas dan keinginan untuk kembali (Zhang *et al.*, 2017).

#### **2.3.1 Indikator Akseibilitas**

*Aksesibilitas* lokasi diukur dari seberapa mudah dicapai dengan transportasi umum. Menurut Prawira dan Pranitasari (2020) terdapat beberapa indikator *akseibilitas* yaitu:

1. Jarak akses ke tempat lokasi.
2. Transportasi.
3. Arus lalu lintas.
4. Petunjuk arah.

## **2.4 Amenities (Fasilitas)**

Menurut sugiama dalam Diwangkara *et al.*, (2020) *amenities* dapat berupa kumpulan fasilitas untuk penyediaan penginapan, jasa makanan dan minuman, tempat hiburan, toko retail, dan jasa lainnya. Menurut French dalam Sunaryo, (2013), bukan amenities yang menjadi daya tarik wisatawan, tetapi kekurangan *amenitas* akan menyebabkan wisatawan menjauhi lokasi tertentu. Sedangkan menurut Prameswari & Fatimah (2020) dalam bidang pariwisata, *amenitas* merupakan fasilitas tambahan yang harus ada di suatu destinasi, ketersediaan sarana dan prasarana penunjang akan menjadi salah satu faktor penentu sukses tidaknya suatu lokasi berkembang menjadi destinasi.

Abdulhaji dan Yusuf (2017) fasilitas wisata berupa akomodasi, tempat makan, taman hiburan, layanan transportasi, dan fasilitas lainnya seperti toko cenderamata, persediaan air, dan toilet semuanya termasuk dalam kategori fasilitas pariwisata. Semua fasilitas yang disebut sebagai "fasilitas wisata" adalah fasilitas yang tujuan utamanya adalah untuk mengakomodasi wisatawan yang sementara menempati lokasi wisata yang mereka tuju, menyediakan lingkungan yang nyaman untuk bersantai dan memanfaatkan aktivitas yang ditawarkan di sana (Sulistiyana *et al.*, 2015).

### **2.4.1 Komponen Amenities (Fasilitas Wisata)**

Menurut Yoeti dalam Sulistiyana *et al.*, (2015) terdapat beberapa komponen Fasilitas wisata yaitu:

1. Unit Akomodasi : Hotel, Motel, Apartemen, Villa, Perkemahan, Taman Karavan, Hostel dan Kondominium.
2. Restoran, Bar dan Kafe : Mulai dari Makanan Cepat Saji hingga Restoran Mewah.
3. Transportasi di Tempat Tujuan : Taksi, Pelatih, Penyewaan Mobil, dan Tujuan Penyewaan Sepeda.
4. Olahraga dan Aktivitas : Sekolah Ski, Sekolah Berlayar, Klub Golf.
5. Fasilitas lain : Kursus Kerajinan, Sekolah Bahasa.

6. Toko eceran : Toko, Agen Perjalanan, Toko Suvenir, Perlengkapan Berkemah.
7. Layanan Lainnya : tata rambut, Layanan Informasi, dan Kebijakan Turis

### **2.5 Ancillary (Kelembagaan menyediakan layanan tambahan)**

Prayitno *et al.*, (2022) mengatakan pelayanan tambahan yang harus diberikan secara khusus oleh pengelola suatu kawasan objek wisata dikenal dengan pelayanan *ancillary*. Layanan ini diberikan kepada wisatawan dan pelaku pariwisata. Walaupun destinasi wisata tersebut sudah memiliki daya tarik, *aksesibilitas*, dan fasilitas yang baik, namun jika tidak ada yang mengatur dan memeliharanya maka akan terbengkalai di kemudian hari. *Ancillary* memiliki keterkaitan antara adanya suatu organisasi atau kelompok masyarakat yang mengatur lokasi wisata tersebut.

Menurut pendapat Kertajadi dan Kurniansah (2022) *ancillary* adalah untuk mengelola kawasan, tersedia layanan pendukung berupa bantuan dari sektor publik dan komersial serta organisasi masyarakat. Selain itu, tanggung jawab layanan pendukung ini termasuk mengembangkan berbagai peraturan untuk pertumbuhan suatu kawasan pariwisata. Sedangkan menurut Sugiana (2011) dalam Kertajadi & Kurniansah, (2022) berisi informasi tentang keberadaan berbagai organisasi yang mendukung dan mempromosikan pertumbuhan dan pemasaran pariwisata di daerah tujuan yang bersangkutan.

### **2.6 Kepuasan wisata**

Menurut Kotler (2006:70) dalam Nurlestari, (2016) kepuasan adalah reaksi kebahagiaan atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan pemikiran tentang kinerja produk dengan kinerja atau hasil yang diantisipasi. Setiap wisatawan akan merasa puas jika kinerja suatu produk memenuhi atau melampaui harapannya, namun seseorang akan merasa tidak puas dan kecewa jika kinerja suatu produk tidak sesuai dengan harapannya. Sedangkan menurut Sunaryo (2003) dalam Kalebos (2016) setelah membandingkan persepsi/kesan terhadap kinerja/harapan, kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau tidak puas. Pelanggan senang jika



kinerja memenuhi harapan mereka. pelanggan benar-benar puas jika melebihi harapan mereka.

Pendapat lain mengatakan kepuasan wisatawan juga penting untuk kesuksesan objek wisata karena, jika pengunjung senang dengan semua yang ditawarkan, mereka lebih mungkin untuk kembali atau, paling tidak, memberi tahu orang lain tentang pengalaman positif mereka (Alvianna, 2017). Sedangkan menurut Stela Sangkaeng et al., (2014) tujuan dari kepuasan konsumen adalah untuk memuaskan pelanggan, terutama di industri perhotelan. Kepuasan pelanggan tercapai ketika kebutuhan dan keinginan mereka terpenuhi, namun kebutuhan dan keinginan manusia tidak terbatas dan terus berubah.

Kepuasan wisatawan dapat memberikan beberapa manfaat menurut Assael (2007) dalam Stela Sangkaeng *et al.*, (2014) diantaranya :

1. Akan ada keharmonisan antara pengunjung dan tuan rumah di tujuan wisata.
2. Menawarkan pembenaran yang meyakinkan untuk pembelian berulang
3. Membangun loyalitas pengunjung dan menyebarkan rekomendasi lokasi wisata kepada masyarakat umum.
4. Kesenangan pelanggan dengan suatu merek juga meningkatkan loyalitas konsumen, meningkatkan kemungkinan mereka akan terus menggunakannya.

## 2.7 Penelitian terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

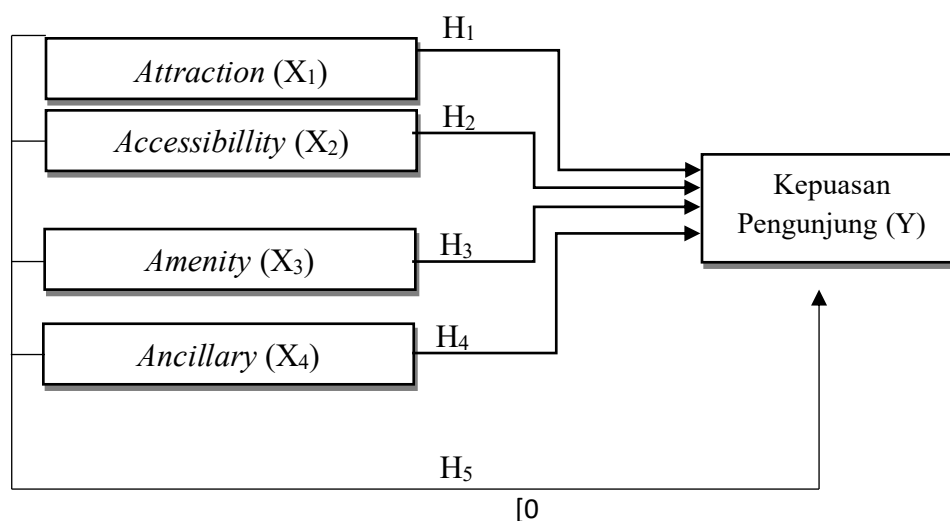
No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Dependen	Variabel Independen	Hasil Penelitian
1	(Aprilia, 2017)	Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang	Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang	Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan.

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Dependen	Variabel Independen	Hasil Penelitian
2	(Wanda, 2018)	Pengaruh pengembangan komponen destinasi wisata terhadap Kepuasan pengunjung (survei pada pengunjung situs Trowulan)	Kepuasan pengunjung	Pengaruh pengembangan komponen destinasi wisata	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara komponen pengembangan destinasi wisata terhadap kepuasan pengunjung di Situs Trowulan
3	Alfitriani, Welly Andrika Putri dan Ummasyroh (2021)	Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang	Minat Kunjung Ulang	Komponen 4A	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atraksi wisata memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.
1	Nurbaeti, Myrza Rahmaita, Amrullah, Heny Ratnaningtyas dan Elda Nurmalinda (2022)	Pengaruh Komponen 4A Pariwisata terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Banten	Minat berkunjung dan Kepuasan	Komponen 4A	Hasil penelitian menunjukkan secara parsial hanya ancillary yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kaum milenial dan minat berkunjung kembali kaum milenial.
5	(Wahim et al., 2023)	Pengaruh Ketertarikan, Promosi dan Aksesibilitas pada Meninjau Kembali Niat ke Tana Toraja, Sulawesi Selatan, Indonesia	Meninjau Kembali Niat ke Tana Toraja, Sulawesi Selatan, Indonesia	Pengaruh Ketertarikan, Promosi dan Aksesibilitas	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atraksi, promosi, dan aksesibilitas disimpulkan sebagai pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk mengunjungi kembali wisatawan

Sumber: Data diolah (2023)

Bedasarkan dari tabel pendahuluan di atas perbedaan dengan penelitian ini adalah dari lokasi penelitian yang berbeda, penelitian ini dilakukan di wisata Kopi Rigis Jaya. Persamaan penelitian ini dengan beberapa penelitian di atas yaitu sama-sama meneliti tentang komponen 4a, akan tetapi penelitian ini, yang akan dikaji lebih mendalam yaitu pengaruh *attraction*, *accessibilities*, *amenities*, dan *ancalary* terhadap kepuasan pengunjung di wisata Kopi Rigis Jaya di Kabupaten Lampung Barat. Untuk menjaga reputasi pariwisata di Kabupaten Lampung Selatan secara umum, perlu dilakukan penelitian tentang kepuasan pengunjung terhadap pelayanan di Kopi Rigis Jaya. Dengan mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung, pengelola Kopi Rigis Jaya dapat lebih meningkatkan kualitas *attraction*, *accessibilities*, *amenities*, dan *ancalary*. Dari beberapa penelitian di atas diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber penelitian ini.

## 2.8 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

- = Secara Parsial
- = Secara Simultan

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : AB (2022)

## 2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian dikembangkan dengan menggunakan pemahaman tentang proses penelitian, khususnya yang berkaitan dengan media fundamental dan argumentasi atau teori yang berkaitan dengan kasus atau fenomena yang menjadi pokok kajian. Untuk menyiapkan hipotesis yang membahas masalah penelitian, seseorang pada dasarnya harus menggunakan penalaran logis berdasarkan teori, premis, dan kejadian dunia nyata (Stela Sangkaeng *et al.*, 2014). Berdasarkan uraian tinjauan teori dan model kerangka yang telah diuraikan diatas, adapun hipotesis yang akan diajukan lima hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>0</sub>1** : *Attraction* pada wisata Kopi Rigin Jaya berpengaruh secara parsial tidak signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

**H<sub>a</sub>1** : *Attraction* pada wisata Kopi Rigin Jaya berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

**H<sub>0</sub>2** : *Acessibilities* pada wisata Kopi Rigin Jaya berpengaruh secara parsial tidak signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

**H<sub>a</sub>2** : *Acessibilities* pada wisata Kopi Rigin Jaya berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

**H<sub>0</sub>3** : *Amenities* pada wisata Kopi Rigin Jaya berpengaruh secara parsial tidak signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

**H<sub>a</sub>3** : *Amenities* pada wisata Kopi Rigin Jaya berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

**H<sub>0</sub>4** : *Ancillary* pada wisata Kopi Rigin Jaya berpengaruh secara parsial tidak signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

**H<sub>a</sub>4** : *Ancillary* pada wisata Kopi Rigin Jaya berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

**H<sub>0</sub>5** : *Attraction, Acessibilities, Amenities, Ancillary* wisata Kopi Rigin Jaya berpengaruh secara parsial tidak signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

**H<sub>a</sub>5** : *Attraction, Acessibilities, Amenities, Ancillary* wisata Kopi Rigin Jaya berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory reseacrh* dan mengkuantifikasikan tingkat *attracties, accessibilities, amanties dan ancillary*, kepuasan pengunjung pada wisata Kopi Rigin. Metode *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain, atau dapat dikatakan bahwa penelitian ini merupakan pengujian hipotesis yang menguji hubungan antar variabel tertentu. Sedangkan metode penelitian kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang memakai data yakni angka-angka yang ditambahkan penekanan terhadap pengukuran hasil yang objektif disertai analisis statistik. Angka-angka yang digunakan dalam analisis statistik berasal dari skala objektif pengukuran unit analisis yang disebut *variable* (Balaka, 2022). Dalam penelitian ini akan menjelaskan antara variabel *Attraction (X1)*, *Accessibility (X2)*, *Amenities (X3)*, dan *Ancillary (X4)* terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y).

#### 3.2 Populasi dan Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Populasi adalah seluruh kelompok komponen, yang mencakup lokasi yang dapat dipelajari, yang berbagi sejumlah ciri. Alternatifnya, populasi adalah kumpulan total individu, peristiwa, atau hal-hal yang ingin dianalisis oleh peneliti atau populasi adalah totalitas komponen dari mana kesimpulan dapat ditarik (Stela Sangkaeng et al., 2014). Populasi dalam penelitian ini merupakan Populasi terbatas mengacu pada populasi yang ukurannya diketahui secara pasti, dapat diukur, atau merupakan subjek penelitian yang ditemukan di lokasi tertentu yang dapat

membedakan antara kelompok populasi yang berbeda. Populasi pada penelitian ini adalah wisatawan domestik yang pernah mengunjungi wisata Kopi Rigin Kabupaten Lampung Barat.

### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi dalam hal ukuran dan fitur. Jika populasi cukup besar dan peneliti tidak dapat menyelidiki setiap anggota populasi, misalnya karena kekurangan sumber daya (uang, tenaga, dan waktu), peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi. Populasi akan dipengaruhi oleh kesimpulan yang ditarik dari sampel. Karena itu, sampel populasi harus mewakili secara akurat. Peneliti menentukan sampel dengan memperhatikan beberapa faktor, antara lain masalah yang muncul selama penelitian, tujuan yang harus dicapai, hipotesis penelitian yang dikembangkan, metodologi penelitian, dan instrumen penelitian (Purwanza dkk., 2022).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampel *nonprobabilitas*. *Nonprobabilitas* adalah sampel yang diambil dari populasi dengan cara yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap orang untuk dipilih. Teknik sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* yaitu metode pengumpulan data yang mengandalkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan ditemui oleh peneliti dapat dimasukkan dalam sampel jika ditentukan bahwa mereka cocok sebagai sumber data. Metode pengambilan sampel *accidental* tidak merencanakan pengambilan sampel, peneliti hanya mengumpulkan informasi dari unit sampling yang mereka temui (Meidatuzzahra, 2019). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang sedang mengunjungi atau pernah mengunjungi Kopi Rigin di Lampung Barat. Untuk menentukan ukuran besarnya sampel maka dapat menggunakan rumus *Lemeshow* sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

### Rumus 3.1 *Lemeshow*

Keterangan :

n : Ukuran sampel penelitian yang diperlukan

Z : Statistik Z untuk tingkat kepercayaan 95% = 1,96

P : Maksimal estimasi = 0,5

d : alpha atau sampling eror 10% = 0,1

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

n = 96,04 atau digenafkan menjadi 100 responden

Berdasarkan rumus *Lemeshow* di atas yang telah dihitung maka, sampel yang akan digunakan adalah 100 responden.

### 3.3 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Definisi operasional adalah salah satu yang diberikan oleh seorang peneliti pada frase yang mengacu pada konsep penelitian dan metodologi yang menekankan tindakan penting seperti manipulasi dan observasi. Perluasan variabel studi, dimensi, dan metrik yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel ini dikenal sebagai operasionalisasi variabel. Penelitian ini memiliki variabel independent dan variabel dependen. variabel bebas (bebas), merupakan variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat (tergantung). Sedangkan variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel independen (bebas). Berikut adalah operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

1. *Attraction* ( $X_1$ ), atraksi wisata adalah segala sesuatu, baik tempat maupun kegiatan yang dapat menarik wisatawan untuk datang dengan tujuan berwisata. Atraksi wisata dapat merupakan kombinasi dari berbagai jenis daya tarik wisata.
2. *Aksesibilitas* ( $X_2$ ), aksesibilitas kemudahan yang membutuhkan waktu, uang,

dan upaya untuk berpindah antar lokasi atau area merupakan ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas.

3. *Amenities* ( $X_3$ ), amenities dapat berupa kumpulan fasilitas untuk penyediaan penginapan, jasa makanan dan minuman, tempat hiburan, toko retail, dan jasa lainnya.
4. *Ancillary* ( $X_4$ ), ancillary adalah untuk mengelola kawasan, tersedia layanan pendukung berupa bantuan dari sektor publik dan komersial serta organisasi masyarakat.
5. Kepuasan ( $Y$ ), kepuasan adalah reaksi kebahagiaan atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan pemikiran tentang kinerja produk dengan kinerja atau hasil yang diantisipasi.



Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Jenis Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator	Item
<i>Attraction</i> ( $X_1$ )	<i>Atraksi</i> wisata adalah segala sesuatu, baik tempat maupun kegiatan yang dapat menarik wisatawan untuk datang dengan tujuan berwisata.	<i>Atraksi</i> kombinasi dari berbagai jenis daya tarik wisata Kopi Rigis Jaya.	1. Wisata alam	1. Pemandangan, Kopi Rigis sangat indah 2. Iklim/cuaca Kopi Rigis cocok untu wisatawan 3. Terdapat potensi sumber daya alam yang masih alami dengan suasana pedesaan yang menjadi daya tarik wisatawan
			2. Sosial budaya	1. Masyarakat di daerah Kopi Rigis sangat ramah
			3. Wisata buatan manusia	1. Inovasi dari Kopi Rigis sangat kreatif
<i>Aksesibilitas</i> ( $X_2$ )	Kemudahan yang membutuhkan waktu, uang, dan upaya untuk berpindah antar lokasi atau area merupakan ukuran keterjangkauan atau <i>aksesibilitas</i> .	Fasilitas yang memudahkan wisatawan untuk mencapai suatu destinasi atau tujuan destinasi wisata Kopi Rigis Jaya.	1. Jarak akses ke tempat lokasi.	1. Jarak dari kota tidak terlalu jauh 2. Akses jalan yang mudah dilalui 3. Kondisi jalan yang tidak terlalu buruk
			2. Transportasi.	1. Dapat melalui tranportasi roda empat maupun roda tiga
			3. Arus lalu lintas.	Lalu lintas tidak terlalu ramai.
			4. Petunjuk arah.	1. Palang petunjuk arah memudahkan wisatawan 2. Dapat menggunakan google map yang tersedia
<i>Amenities</i> ( $X_3$ )	<i>Amenitas</i> merupakan fasilitas tambahan yang harus ada di suatu destinasi, ketersediaan sarana dan prasarana penunjang akan menjadi salah satu faktor penentu sukses tidaknya suatu lokasi berkembang menjadi destinasi.	Berupa kumpulan fasilitas untuk penyediaan penginapan, jasa makanan dan minuman, tempat hiburan, toko retail, dan jasa lainnya di wisata Kopi Rigis Jaya.	1. Unit Akomodasi	1. Taman kebun kopi yang menarik sehingga dapat wisatawan berkunjung 2. Vila yang dapat memudahkan wisatawan untuk menginap
			2. Bar dan Kafe	1. kafe yang meyediakan beragam rasa kop yang nikmat
			3. Fasilitas lain	1. Wisatawan mempelajari mengenai kopi mulai dari pembibitan, budidaya, pengolahan pascapanen, penyangraian, dan penyeduhan hingga menjadi sajian kopi yang nikmat.

Jenis Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator	Item
<i>Ancillary</i> (X <sub>4</sub> )	Pelayanan tambahan yang harus diberikan secara khusus oleh pengelola suatu kawasan objek wisata.	<i>Ancillary</i> memiliki keterkaitan antara adanya suatu organisasi atau kelompok masyarakat yang mengatur lokasi wisata Kopi Rigis Jaya.	1. Pemerintah	1. Pemerintah Kabupaten Lampung Barat melalui Dinas Pariwisata dan dari stakeholder lainnya
			2. Organisasi	2. Kelompok sadarwisata (pokdarwis) Kampoeng Kopi memiliki semangat tinggi untuk
			3. Masyarakat	3. Keterbukaan masyarakat yang berupa di pekan rigis jaya dengan didukung oleh lembaga pemerintah pekan dan lembaga ekonomi masyarakat yang baik
Kepuasan (Y)	kepuasan adalah reaksi kebahagiaan atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan pemikiran tentang kinerja produk dengan kinerja atau hasil yang diantisipasi.	Kemampuan wisata Kopi Rigis jaya untuk pengunjung merasa puas ketika kebutuhan dan keinginan mereka terpenuhi, namun kebutuhan dan keinginan manusia tidak terbatas dan terus berubah.	1. Kepuasan dapat membuat pengunjung datang kembali.	1. Wisata kopi rigis pemandangan kebun kopi yang indah 2. Sport untuk berfoto sangat rekomendasi. 3. Pembelajaran berbagai cara mengelola kopi

### **3.4 Sumber Data**

#### **3.4.1 Data Primer**

Data primer adalah informasi yang telah dikumpulkan langsung dari sumbernya dan langsung. Data primer ini merupakan data yang paling unik dari segi karakter dan belum diolah secara statistik. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkan secara langsung (Sari, M. S., & Zefri, 2019) Sumber data yang dipakai peneliti adalah sumber data primer, data primer didapat melalui angket (kuesioner) sebagai penelitian, yang dibagikan kepada responden wisatawan domestik yang sedang mengunjungi atau pernah mengunjungi Kopi Rigis di Lampung Barat.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Data yang diperoleh secara sekunder dari obyek penelitian disebut sebagai data sekunder. Informasi sekunder dikumpulkan dari situs web atau sumber yang terkait dengan topik yang sedang diselidiki oleh penulis. Sata sekunder sangat penting bagi peneliti untuk melakukan uji validitas untuk menentukan reliabilitas kuesioner penelitian (Sari, M. S., & Zefri, 2019). Dalam penelitian ini data skunder diperoleh dari berbagai sumber yaitu : jurnal, website, hasil riset sebelumnya dan dari infirmasi-informasi lainnya.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik kuesioner. Kuesioner atau survei adalah cara pengumpulan data di mana responden diberikan daftar pernyataan atau pertanyaan tertulis dan diminta untuk bereaksi sesuai dengan permintaan pengguna (Purnomo & Palupi, 2016). kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh komponen 4a yaitu *attraction*, *accessibility*, *amenities*, dan *ancillary* terhadap kepuasan pengunjung kopi rigis jaya. Kuesioner akan diberikan kepada pengunjung yang berwisata ke kopi rigis jaya Kabupaten Lampung Barat.

### 3.6 Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang akan digunakan untuk mengukur variabel yaitu skala *Likert*. Berdasarkan definisi operasional yang ditetapkan oleh peneliti, skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, atau pandangan seseorang atau kelompok mengenai suatu situasi atau fenomena sosial. Skala ini, yang bersifat psikometrik, sering digunakan dalam kuesioner dan penelitian berbasis survei, khususnya penelitian survei deskriptif (Febtriko & Puspitasari, 2018). Bentuk jawaban skala Likert antara lain : sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Berikut ini adalah tabel dari skala pengukuran *likert*.

Tabel 3.2 Skala Pengukuran *Likert*.

No.	Alternatif Jawaban	Skor Jawaban
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat setuju	5

Sumber : Sugiyono (2017)

### 3.7 Teknik Pengukuran Intrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui reliabilitas suatu kuesioner. Ketika pertanyaan pada kuesioner dapat menjelaskan materi pelajaran yang dimaksudkan untuk diukur oleh kuesioner, itu dianggap valid. Tujuan dari uji validitas adalah untuk menunjukkan seberapa baik suatu alat ukur benar-benar menangkap pokok bahasan pengukuran (Sanaky et al., 2021). Validitas berasal dari kata *validity* yang menunjukkan tingkat ketelitian dan kecermatan suatu alat ukur (tes) dalam melakukan tujuan pengukurannya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika instrumen tersebut memberikan hasil pengukuran yang akurat atau sesuai

dengan tujuan pengukuran yang dimaksudkan (Puspasari & Puspita, 2022). Validasi dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Product Moment Coefficient Of Correlation* (Sugiono, 2014) yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[(n \sum x^2) - (\sum x)^2] [(n \sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

### Rumus 3.2 Uji Validitas

Keterangan:

- $r_{xy}$  : koefisien validitas  
 $n$  : banyaknya subjek  
 $x$  : nilai pembanding  
 $y$  : nilai dari yang akan dicari validitasnya

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Instrumen tersebut bisa dikatakan valid apabila validitas tinggi yaitu korelasi  $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Instrumen tersebut dikatakan tidak valid apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$

Menurut Anwar (2013) validitas instrumen dapat dinilai dengan membandingkan hasil setiap pertanyaan dengan hasil keseluruhan. Semua pernyataan atau pertanyaan menambah skor akhir. Alat ukur valid jika setiap pertanyaan menunjukkan hubungan yang substansial dengan skor keseluruhan pada tingkat alfa tertentu. Pengujian validitas yang dilakukan dengan program SPSS versi 29.0 menghasilkan nilai masing-masing item, peneliti sudah melakukan pilot testing sejumlah 30 responden dengan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0.361, dan hasilnya valid, kemudian peneliti melanjutkan penelitian sampai memperoleh sejumlah 100 orang responden. Hasil dari uji Validitas dapat dilihat pada Tabel.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas

<b>X1 (Attraction)</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
X1.1	0.907	0,361	Valid
X1.2	0.887		Valid
X1.3	0.887		Valid
X1.4	0.918		Valid
X1.5	0.764		Valid
<b>X2 (Accessibility)</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
X2.1	0,889	0,361	Valid
X2.2	0,795		Valid
X2.3	0,931		Valid
X2.4	0,833		Valid
<b>X3 (Amenities)</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
X3.1	0,871	0,361	Valid
X3.2	0,918		Valid
X3.3	0,929		Valid
X3.4	0,866		Valid
<b>X4 (Ancillary)</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
X4.1	0,885	0,361	Valid
X4.2	0,864		Valid
X4.3	0,911		Valid
X4.4	0,889		Valid
X4.5	0,774		Valid
<b>Y (Kepuasan Pengunjung)</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Y1	0,928	0,361	Valid
Y2	0,901		Valid
Y3	0,918		Valid
Y4	0,781		Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan program SPSS pada tabel 3.3, dapat dinyatakan bahwa setiap item pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar daripada nilai  $r_{tabel}$ , sehingga setiap instrumen yang digunakan pada penelitian ini dinyatakan valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah metrik yang menunjukkan seberapa besar suatu alat pengukur dapat diandalkan atau dipercaya. Alat pengukur dianggap dapat diandalkan jika

digunakan berulang kali untuk menilai gejala yang sama dan temuan pengukuran sebagian besar konsisten. Dengan kata lain, akurasi menunjukkan seberapa konsisten suatu alat ukur mengukur gejala yang sama (Sanaky et al., 2021). Indikator seberapa besar suatu peralatan ukur dapat dipercaya atau diandalkan disebut reliabilitas. Hal ini menunjukkan sejauh mana pengukuran menggunakan alat ukur yang sama diulang dua kali atau lebih untuk gejala yang sama. Ketika alat pengukur menghasilkan hasil yang sama setelah banyak pengukuran, itu dikatakan andal (Widi, 2011). Reliabilitas dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* (Sugiono, 2014) yaitu sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Rumus 3.3 Uji Realibilitas

Keterangan:

$r_{ii}$  : Reliabilitas instrumen

$K$  : banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \sigma^2$  : Jumlah varian butir

$\sigma t^2$  : Variance total

Apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, maka 30 lebih jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dianggap reliabel dan apabila nilai Cronbach's Alpha lebih kecil dari 0,60, maka dianggap tidak reliabel. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dengan menghitung besarnya nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel yang akan diuji menggunakan program SPSS.

Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach's</i>	Keterangan
<i>Attraction</i>	0,923	Reliabel
<i>Accessibility</i>	0,884	
<i>Amenities</i>	0,913	
<i>Ancillary</i>	0,915	
Kepuasan Pengunjung	0,905	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas pada Tabel 3.4 di atas maka hasil pada tiap bagian variabel dalam penelitian ini sudah memenuhi standar uji reliabilitas, di mana nilai *Alpha Cronbach's* yang dimiliki dari penelitian ini lebih besar dari 0.60. Instrumen penelitian dapat digunakan oleh siapa saja dan kapan saja dengan konsistensi, dapat disimpulkan. Meskipun upaya pengumpulan data dilakukan berulang kali, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini seringkali memberikan hasil yang identik atau sangat mirip dengan yang diperoleh saat penelitian pertama kali dilakukan.

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Cara analisis deskriptif menggambarkan distribusi data adalah bagaimana fungsinya. Kecenderungan sentral dan pengukuran bentuk dari distribusi data yang bersangkutan. Prosedur untuk mengatur dan menyajikan data dengan cara yang dapat digunakan, disampaikan, atau dipahami dikenal sebagai statistik deskriptif. Dalam penelitian ini, standar deviasi, rata-rata, dan persentase digunakan sebagai pendekatan statistik deskriptif. Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dimana data yang akan dimaksukan sudah diolah dalam bentuk tabel. Sehingga dapat memudahkan pembaca untuk memahami dan mempelajari data.



### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Data yang digunakan dalam sebuah penelitian khususnya penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, perlu diuji dengan uji statistik uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dilakukan guna untuk menguji kecocokan sebuah data yang digunakan untuk diuji menggunakan analisis regresi linear atau analisis jalur (Ariawaty & Evita, 2018).

Uji asumsi klasik terdiri dari beberapa jenis pengujian yaitu (Ariawaty & Evita, 2018):

#### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas yang digunakan pada sebuah penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah data dalam penelitian telah memiliki distribusi secara normal atau tidak (Ariawaty & Evita, 2018). Sebuah data dapat dikatakan baik digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan suatu fenomena apabila data tersebut memiliki distribusi secara normal atau memiliki normalitas data. Dalam uji asumsi klasik sebuah data harus memiliki jumlah sampel diatas 100, hal tersebut dikarenakan untuk mendapatkan data yang jelas sehingga terhindar dari hasil penelitian bias yang mengakibatkan arah penelitian menjadi tidak jelas. Dalam penelitian ini uji normalitas akan dilakukan dengan menggunakan uji PPlot Regression Standarized Residual.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel independen pada model regresi saling berkolerasi (Ariawaty & Evita, 2018). Untuk memenuhi kriteria BLUE setiap variabel independen dalam penelitian tersebut tidak boleh saling berkolerasi, apabila terjadi kolerasi antar variabel independen maka variabel tersebut dapat dikatakan tidak ortogonal. Multikolinearitas dapat dilihat berdasarkan nilai toleransi atau tolerance value atau Variant Inflation Factor (VIF) dengan kriteria keputusan sebagai berikut (Ariawaty & Evita, 2018) :

- Apabila tolerance value  $> 0.1$  dan VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan tidak

terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi.

- Apabila tolerance value  $< 0.1$  dan VIF  $> 10$ , maka dapat disimpulkan terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independent pada model regresi

### c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dalam sebuah penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual pengamatan ke pengamatan lain (Ariawaty & Evita, 2018). Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki variance yang sama (homoskedastisitas). Untuk menguji gejala heteroskedastisitas dalam sebuah penelitian dapat menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dengan dasar keputusan sebagai berikut (Ariawaty & Evita, 2018) :

- Jika pada grafik scatter plot terlihat titik-titik yang membentuk pola tertentu, yang teratur (missal bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan telah terjadi masalah Heteroskedastisitas.
- Jika pada grafik scatter plot, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu yang teratur (misal bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (variance sama atau Homoskedastisitas).

### 3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda Intinya, hanyalah versi yang lebih kompleks dari regresi linier sederhana, menambahkan lebih banyak variabel independen yang sebelumnya hanya ada satu atau dua. Untuk memastikan apakah faktor (X1) *Attraction*, (X2) *Acessibilities*, (X3) *Amenities*, dan (X4) *Ancillary* berpengaruh besar, digunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

### Rumus 3.4 Analisis Regresi linear berganda

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Bilangan Konstanta

b1 = Koefisien Regresi Variabel *Attraction*,

b2 = Koefisien Regresi Variabel *Acessibilities*.

b3 = Koefisien Regresi Variabel *Amenities*

b4 = Koefisien Regresi Variabel *Ancillary*

X1 = Variabel *Attraction*,

X2 = Variabel *Acessibilities*.

X3 = Variabel *Amenities*

X4 = Variabel *Ancillary*

e = Margin Of Error

#### 3.8.4 Uji Hipotesis

Penegasan atau pandangan sementara yang masih perlu didukung oleh bukti, seperti dugaan yang tidak terbukti, disebut sebagai hipotesis. Selain itu, dengan memanfaatkan data yang dikumpulkan dari sampel, pengujian hipotesis adalah teknik untuk mengevaluasi klaim atau hipotesis tentang suatu parameter dalam suatu populasi. Untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang peneliti ajukan maka perlu diadakan pengujian hasil analisa tersebut dengan menggunakan uji t dan uji f yang dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Uji t (Uji Parsial)

Dengan mengasumsikan bahwa semua variabel lain konstan, uji t digunakan untuk menentukan signifikansi masing-masing pengaruh independen terhadap variabel dependen. Rumus uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{B_i - B_i Se(B_i)}{Se(B_i)}$$

Rumus 3.5 Uji T (*t-test*)

*Sumber: Sudjana (2002:108)*

Keterangan :

$B_i$  : Koefisien regresi

Se ( $B_i$ ) : Standar deviasi

Uji t mempunyai kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika  $\text{sig.t} < \alpha$  (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary* (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y)
2. Jika  $\text{sig.t} > \alpha$  (0.05) maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary* (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y)

b. Uji F (Uji Simultan)

Untuk mengetahui pengaruh keseluruhan faktor independen terhadap variabel dependen, dilakukan uji F. Tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (degree of freedom)  $df_1 = (\text{jumlah variabel} - 1)$  dan  $df_2 = (n-k-1)$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel, dan  $k$  adalah jumlah variabel independen. Dengan menggunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2(k-1)}{(1-R^2)/(N-k)}$$

Rumus 3.6 Uji F (*f-test*)

Keterangan :

F = Pendekatan distribusi probabilitas fischer

R = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel bebas

N = banyak sampel

Hasil uji F dapat dilihat pada output Anova dari hasil regresi linear berganda. Tahap-tahap untuk melakukan uji F adalah:

Adapun langkah langkah uji F atau uji simultan adalah:

1. Perumusan Hipotesis

$H_0$  : Diduga variabel *Attraction* (X1), *Acessibilities* (X2), *Amenities* (X3) dan *Ancillary* (X4), secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pungunjung Wisata Kopi Rigin Jaya Kabupaten Lampung Barat.

$H_1$  : Diduga variabel *Attraction* (X1), *Acessibilities* (X2), *Amenities* (X3) dan *Ancillary* (X4), secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pungunjung Wisata Kopi Rigin Jaya Kabupaten Lampung Barat.

2. Menentukan tingkat signifikansi dengan menggunakan 0,05 ( $\alpha=5\%$ )

3. Menentukan F hitung

4. Menentukan F tabel, dengan berdasarkan pada tingkat signifikansi ( $\alpha=5\%$ ) dengan derajat kebebasan  $df_1 = \text{jumlah variabel}-1$  dan  $df_2 = (k ; n-k)$ , dimana n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen.

5. Pengambilan keputusan

a.  $H_0$  diterima jika F hitung  $\leq$  F tabel  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya, semua variabel bebas bukan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

b. Jika F hitung  $\geq$  F tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, semua variabel bebas adalah penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat

### 3.8.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Dalam sebuah penelitian, pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai R menunjukkan seberapa kecil kontribusi variabel independen terhadap variasi variabel dependen. Ketika nilainya mendekati 1, informasi variabel dependen hampir seluruhnya disediakan oleh variabel independen. Pedoman untuk menginterpretasikan koefisien korelasi antara lain sebagai berikut:

Tabel 3.5 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

*Sumber: Sugiyono, (2015)*

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel atraksi, *aksesibilitas*, *amenitas* dan *ancillary* terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel atraksi (X1)

Variabel atraksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya (Y), artinya bahwa daya tarik yang diberikan wisata kopi rigis jaya akan mempengaruhi kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya.

2. Variabel *aksesibilitas* (X2)

Variabel *aksesibilitas* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya (Y), artinya bahwa *aksesibilitas* yang tersedia di wisata kopi rigis jaya akan mempengaruhi kepuasan pengunjung untuk mendatangi wisata kopi rigis jaya.

3. Variabel *amenitas* (X3)

Variabel *amenitas* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya (Y), artinya bahwa *amenitas* yang tersedia di wisata kopi rigis jaya akan mempengaruhi kepuasan pengunjung untuk mendatangi wisata kopi rigis jaya.

4. Variabel *ancillary* (X4)

Variabel *ancillary* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya (Y), artinya bahwa *ancillary* yang tersedia di wisata kopi rigis jaya akan mempengaruhi kepuasan pengunjung untuk mendatangi wisata kopi rigis jaya.

5. kepuasan pengunjung (Y)

Variabel atraksi (X1), *aksesibilitas* (X2), *amenitas* (X3), dan *ancillary* (X4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y) saat mengunjungi wisata kopi rigis jaya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis bagi penelitian sejenis selanjutnya maupun praktis bagi pengelola wisata kopi rigis jaya. Adapun saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya dimana penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi penelitian selanjutnya dalam memecahkan masalah khususnya pada hal yang berkaitan dengan pengaruh variabel atraksi, *aksesibilitas*, *amenitas* dan *ancillary* terhadap kepuasan pengunjung wisata kopi rigis jaya. Penelitian selanjutnya juga dapat mengganti jenis penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda dengan penelitian saat ini (wawancara), sehingga berkemungkinan untuk mendapatkan informasi data responden yang lebih terbuka dan luas untuk meneliti kepuasan pengunjung dalam melakukan kunjungan wisata dengan menggunakan alat bantu olah data terbaru.

### 2. Saran Praktis

Pengelola wisata kopi rigis jaya diharapkan pengelola dapat meningkatkan variabel atraksi yang berkaitan dengan kegiatan rekreasi seperti tempat hiburan yang memadai. Tersedianya fasilitas umum yang baik dapat membuat pengunjung merasa puas dengan kunjungannya dan tingkat keamanan dapat ditingkatkan seperti menambahkan *security*. Selanjutnya variabel *aksesibilitas*, pengelola dapat meninjau ke lapangan secara langsung sehingga dapat diketahui apa saja prasarana transportasi yang membutuhkan perbaikan serta sarana transportasi apa saja yang selama ini sulit dijangkau oleh pengunjung sehingga nantinya diharapkan ada suatu hubungan timbal balik atau kerjasama antara pengelola dan Pemerintah Daerah.



Pengelola juga dapat memperhatikan daya tarik wisata berupa aksesibilitas yang mudah dijangkau bagi wisatawan yang berkunjung ke kopi rigis jaya. Akses jalan yang mudah ditempuh, jalan tanpa hambatan dan juga petunjuk arah yang lengkap menjadi alasan para wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata kopi rigis jaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ab, N. (2022). Pengaruh Attraction , Amenities , Accessibilities , Infrastructure Terhadap Kepuasan Pengunjung Ke Tempat Wisata Taman Oval Markoni. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2).
- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2017). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humano*, 7(2), 134–148.
- Alfitriani, Putri, W. A., & Ummasyroh. (2021). Pengaruh Komponen 4a Terhadap Minat Kunjungi Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *Aplikasi Manajemen & Bisnis*, 1(2), 66–77. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jamb>
- Alvianna, S. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(1). <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i1.1263>
- Anggarini, D. R. (2021). Kontribusi Umkm Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 345–355. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/indexdoi:https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1462>
- Aprilia, E. R. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Ampenan Mataram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 51.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Perkembangan Pariwisata Dan Transportasi Nasional. *Jakarta: Badan Pusat Statistik*, 04, 1–20.
- Balaka, M. Y. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4), 159–175.
- Diwangkara, N. K., Sari, S. R., & Rukayah, R. S. (2020). Pengembangan Pariwisata Kawasan Baturraden. *Jurnal Arsitektur Arcade*, 4(2), 120. <https://doi.org/10.31848/arcade.v4i2.431>

- Febtriko, A., & Puspitasari, I. (2018). Mengukur Kreatifitas Dan Kualitas Pemograman Pada Siswa Smk Kota Pekanbaru Jurusan Teknik Komputer Jaringan Dengan Simulasi Robot. *Rabit : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.36341/Rabit.V3i1.419>
- Fernando, T. (2023). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Lampung Merosot Tajam, Berikut Data Tahun 2016–2022*. Lampunggris.Id. <https://lampung.rilis.id/humaniora/berita/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-lampung-merosot-tajam-berikut-data-tahun-2016-2022-njcghe>
- Hanif, Pramana. 2018. Pengembangan Bisnis Pariwisata Dengan Media Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi.
- Hermanto, A. (2021). *Rancang Bangun Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pada Kabupaten Lampung Barat*. 1(3), 1–15. <http://www.teknologiterkini.org/index.php/cyberarea/article/view/57>
- Hudiono, R. (2022). Pengaruh Jenis Kelamin Dan Usia Terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 123–128. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.50060>
- Indahningrum, R. Putri, Naranjo, J., Hernández, Naranjo, J., Peccato, L. O. D. E. L., & Hernández. (2020). Marketing Digital Wisata Pinus Ecopark Dalam Etika Bisnis Islam Di Lampung Barat. *Applied Microbiology And Biotechnology*, 2507(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027><https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>
- Kalebos, F. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajem*, 4(3), 489–502.
- Kertajadi, & Kurniansah, R. (2022). Ketersediaan Komponen Pariwisata Di Daya Tarik Wisata Hutan Kota Giong Siu Kota Mataram. *Media Bina Ilmiah*, 17(1978), 483–490.
- Kreatif, K. P. Dan E. (2018). Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia. In *Jurnal Kepariwisata Indonesia* (Vol. 1, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252><http://dx.doi.org>
- Manafe, J. ., Setyorini, T., & Alang, Y. A. (2016). Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni Dan Budaya (Studi Kasus Di Pulau Rote Ntt). *Bisnis : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 4(1), 101. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v4i1.1687>
- Meidatuzzahra, D. (2019). “Penerapan Accidental Sampling Untuk Mengetahui Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan Terhadap Siklus Menstruasi (Studi

Kasus: Pukesmas Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat).” *Avesina, Vol 13*(No.1), Hal 19-23.

- Millenia, J., Sulivinio, S., Rahmanita, M., & Emier Osman, I. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Mangrove Desa Sedari Berbasis Analisis 4a ( Attraction , Accessibility , Amenities , Ancillary Services ). *Jurnal Ilmiah Pariwisata, 26*(3), 284–293.
- Monica, C., Rorong, I. P. F., Maramis, M. T. B., Pembangunan, J. E., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Ratulangi, U. S. (2023). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 23 No. 2 Bulan Februari 2023 Analisis Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Kota Bitung. 23*(2), 37–48.
- Nurbaeti, Rahmaita, M., Amrullah, Ratnaningtyas, H., & Nurmalinda, E. (2022). Pengaruh Komponen 4a Pariwisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Banten. *Kawistara, 12*(3), 354–367.
- Nurlestari, A. F. (2016). Penelitian Ini Memiliki Beberapa Tujuan , Pertama Untuk Mengetahui Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan , Tujuan Kedua Untuk Mengetahui Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Kunjungan Ulang Dan Tujuan Yang Ketiga Untuk Mengetahui Pen. *Jurnal Pariwisata, 2*, 1–9.
- Prameswari, I., & Fatimah, S. (2020). Amenitas Kawasan Wisata Pantai Air Manis Tahun 2011-2018. *Jurnal Kronologi, 2*(4), 236.
- Prawira, S. A., & Pranitasari, D. (2020). Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–15. [Http://Repository.Stei.Ac.Id/Id/Eprint/1195](http://Repository.Stei.Ac.Id/Id/Eprint/1195)
- Prayitno, M. N. A., Sikana, A. M., Setyaningsih, P. W., Husein, A. R., & Susilawati, S. A. (2022). Analisis Prespektif Masyarakat Mengenai Accessibilitiys Amenities , Dan Ancillary Services Terhadap Potensi Pengembangan Desa Wisata Umbulrejo , Ponjong , Kapanewon Ponjong , Kabupaten Gunungkidul , Provinsi Daerah Istimewa Hasil Pada Proses Solusional De. *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan, 10*(2), 227–240.
- Purnomo, P., & Palupi, M. S. (2016). *Pengembangan Tes Hasil Belajar Matematika Materi Menyelesaikan Masalah Yang Berkaitan Dengan Waktu, Jarak Dan Kecepatan Untuk Siswa Kelas V. 20*.
- Purwanza Dkk., S. W. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi. In *News.Ge* (Issue March).
- Puspasari, H., & Puspita, W. (2022). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan Dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan, 13*(1), 65. <https://doi.org/10.26630/Jk.V13i1.2814>

- Readi, A. F., Christina, J., Rahmanita, M., & Asmaniaty, F. (2021). Studi Eksplorasi Potensi Pariwisata Kreatif Kawasan Hutan Mangrove Desa Sedari, Kecamatan Cibuyaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 151–158.
- Rosalia, F., Kagungan, D., & Faedlulloh, D. (2022). *Pendidikan Dan Pelatihan Pengembangan Potensi Unggulan Pariwisata Kampoeng Kopi Bagi Kelompok Sadar Wisata Desa Rigin Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat*. 1(10), 2609–2616.
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439.
- Saragih, Y. S. (2023). *Analysis Of The Effect Of Tourism Development On Tourist Satisfaction In The Bukit Indah Simarjarunjung Tourism Area , Pariksabungan Village , Simalungun Regency Analisis Pengaruh Pengembangan Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kawasan Wisata Bukit*. 2(1), 115–134.
- Sari, D., Kusumah, A. H. G., & Marhanah, S. (2018). Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Muda Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus. *Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality And Recreation*, 1(2), 11–22
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelolaan Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 308–315. <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/608/583>
- Sari, Y. R., Marta, A., Wiranata, I. J., & Handayani, D. W. (2022). *Peluang Kolaborasi Penta Helix Bagi Pengembangan Desa Wisata Di Provinsi Lampung*. 7(2). <https://doi.org/10.14710/jiip.v7i2.14465>
- Stela Sangkaeng, Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2014). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1089–1100.
- Sulistiyana, R. T., Hamid, D., & Azizah, D. F. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Pada Museum Satwa ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1), 1–9. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewfile/1017/1200>
- Suryatni, L. (2021). *Sektor Industri Pariwisata Dengan Media Digital Di Masa Pandemi Covid-19 Luh Suryatni*. 2020.
- Syafiqah, K. K., Aprilia, D., & Maharani, F. (2022). *Implementasi Konsep Community Based Tourism ( Cbt ) Dalam Mendukung Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan Pada Destinasi Wisata Sanghyang Kenit Di*

*Kabupaten Bandung Barat. 1(2), 1–18.*

Wahim, Chu, J.-Y., & Huynh-Cam, T.-T. (2023). *Pengaruh Atraksi , Promosi Dan Aksesibilitas Terhadap Niat Berkunjung Ke Tana Toraja, Sulawesi Selatan, Indonesia. 1.*

Wanda, I. B. K. & E. P. (2018). Kepuasan Pengunjung ( Survei Pada Pengunjung Situs Trowulan ). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 55(3), 83–91. [Http://Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jab/Article/View/2307](http://Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jab/Article/View/2307)

Widi, R. (2011). Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic (J.K.G. Unej)*, 8(1), 27–34. [Https://Jurnal.Unej.Ac.Id/Index.Php/Stoma/Article/View/2083](https://Jurnal.Unej.Ac.Id/Index.Php/Stoma/Article/View/2083)

Wirawan,

P. E., & Semara, I. M. T. (2021). *Modul Pengantar Pariwisata (Vol. 4, Issue 1).*