

**PREFERENSI DAN KEPUASAN WISATAWAN PANTAI KEDUWARNA
MENGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS KONJOIN**

(Skripsi)

Oleh

Pandu Restu Ahmadi
2014131067



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRACT

PREFERENCES AND SATISFACTION OF KEDUWARNA BEACH TOURISTS USING A CONJOIN ANALYSIS APPROACH

By

Pandu Restu Ahmadi

The purpose of this study is to assess visitor satisfaction and preference. This study employed a survey methodology, with a sample size of 35 respondents. The process of gathering data was conducted in January 2024. The research data was analysed using conjoint analysis, Customer Satisfaction Index (CSI), and Importance Performance Analysis (IPA) in a quantitative descriptive manner. The study findings indicate that Keduwarna Beach possesses 4A attributes. These attributes include attractions, characterised by the quality of the beach sand scenery and the availability of artificial photo spots. Furthermore, the beach offers various activities such as photography, horseback riding, and camping. In terms of accessibility, Keduwarna Beach is equipped with bridges and road access. Additionally, the beach provides amenities such as gazebos, parking lots, and canteens for MSMEs. Tourists visiting Keduwarna Beach are particularly fond of the mix of qualities such as the scenic beach sand, opportunities for photography, and the presence of bridges, and gazebos. Visitors to Keduwarna Beach rate their level of satisfaction as extremely high. The IPA results indicate that the essential features to be preserved include beach sand vistas, road accessibility, gazebos, parking lots, prayer rooms, and toilets. Meanwhile, the attribute that must be improved is the bridge.

Keywords: attributes, conjoint, preferences, satisfaction, travelers

ABSTRAK

PREFERENSI DAN KEPUASAN WISATAWAN PANTAI KEDUWARNA MENGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS KONJOIN

Oleh

Pandu Restu Ahmadi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi dan kepuasan wisatawan Pantai Keduwarna. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan jumlah responden sebanyak 35 orang. Pengumpulan data dilakukan pada Januari 2024. Data penelitian dianalisis secara deskriptif kuantitatif menggunakan analisis konjoin, *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pantai Keduwarna memiliki atribut 4A yang menjadi ciri khasnya, yaitu atraksi dengan level atribut pemandangan pasir pantai dan spot foto buatan; aktivitas dengan level atribut fotografi, berkuda, dan *camping*; aksesibilitas dengan level atribut jembatan dan akses jalan serta amenitas dengan level atribut gazebo, lahan parkir, dan kantin UMKM. Kombinasi atribut yang disukai wisatawan Pantai Keduwarna berdasarkan preferensi wisatawan adalah pemandangan pasir pantai, fotografi, jembatan, dan gazebo. Kepuasan wisatawan Pantai Keduwarna berada pada kategori sangat puas. Hasil IPA menunjukkan atribut yang harus dipertahankan kinerjanya adalah pemandangan pasir pantai, akses jalan, gazebo, lahan parkir, musholla, dan toilet. Sedangkan, atribut yang harus diperbaiki kinerjanya yaitu jembatan.

Kata kunci: atribut, kepuasan, konjoin, preferensi, wisatawan

**PREFERENSI DAN KEPUASAN WISATAWAN PANTAI KEDUWARNA
MENGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS KONJOIN**

Oleh

Pandu Restu Ahmadi

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi : **PREFERENSI DAN KEPUASAN
WISATAWAN PANTAI
KEDUWARNA MENGGUNAKAN
PENDEKATAN ANALISIS KONJOIN**

Nama Mahasiswa : **Pandu Restu Ahmadi**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2014131067**

Program Studi : **Agribisnis**

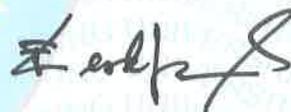
Fakultas : **Pertanian**

MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**



Prof. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.
NIP. 196211201988032002



Firdasari, S.P., M.E.P., Ph.D.
NIP. 197512242010122002

2. **Ketua Jurusan**



Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP. 196910031994031004

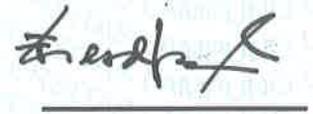
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

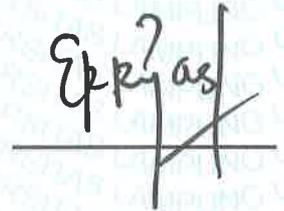
Ketua : Prof. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.



Sekretaris : Firdasari, S.P., M.E.P., Ph.D.



Penguji bukan Pembimbing : Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.



2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP. 196411181989021002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 November 2024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pandu Restu Ahmadi

NPM : 2014131067

Menyatakan dengan sebenar-benarnya dan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul:

“PREFERENSI DAN KEPUASAN WISATAWAN PANTAI KEDUWARNA MENGGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS KONJOIN”

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 18 November 2024



Pandu Restu Ahmadi
NPM 2014131067

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Natar pada tanggal 15 Maret 2002, sebagai anak ketiga dari pasangan Bapak Radiyo dan Ibu Budi Hardani. Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 2 Candimas lulus pada tahun 2014, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Natar lulus pada tahun 2017, dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Natar lulus pada tahun 2020. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2020 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) selama 7 hari di Desa Kotajawa, Kecamatan Way Khilau, Kabupaten Pesawaran pada tahun 2021. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Way Nukak, Kecamatan Karya Penggawa, Kabupaten Pesisir Barat selama 40 hari pada bulan Januari hingga Februari 2023. Selanjutnya, pada bulan Oktober hingga Desember 2022 penulis melaksanakan kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) program praktik umum di PT. Sang Hyang Seri Cabang Pemasaran Lampung, Kecamatan Enggal, Kota Bandar Lampung selama 90 hari kerja efektif. Semasa kuliah, penulis juga aktif sebagai anggota bidang 1 yaitu Pengembangan Akademik dan Profesi di Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) Fakultas Pertanian Universitas Lampung periode tahun 2020 hingga tahun 2023.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahiim,

Allahuma shalli 'ala Muhammad wa'ala aali Muhammad

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala berkat dan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Preferensi dan Kepuasan Wisatawan Pantai Keduwarna Menggunakan Pendekatan Analisis Konjoin”** ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.T.A., sebagai Sekretaris Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
4. Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P., sebagai Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
5. Ibu Dewi Mulia Sari, S.P. M.Si., sebagai Pembimbing Akademik Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
6. Prof. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A., sebagai Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, saran, arahan, motivasi, dan meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya sepenuh hati untuk memberikan bimbingan kepada penulis dari awal sampai akhir proses penyelesaian skripsi.

7. Ibu Firdasari, S.P., M.E.P., Ph.D., sebagai Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ilmu, arahan, motivasi, dukungan, saran dan meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan sepenuh hati kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
8. Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P., sebagai Dosen Pembahas atau Penguji untuk ketulusannya dalam memberikan masukan, arahan, motivasi, saran, dan ilmu yang bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi.
9. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis Universitas Lampung untuk semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
10. Seluruh *staff* di Jurusan Agribisnis Universitas Lampung, Mba Iin, Mba Lucky, Mas Boim, Mas Bukhari atas semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
11. Bapak Sendi Arta, selaku manager Pantai Keduwarna yang telah memberikan izin sehingga Penulis dapat melakukan penelitian di Pantai Keduwarna.
12. Teristimewa dan sekaligus donatur ku untuk bapak dan ibu tercinta, terhebat, dan tersayang, Bapak Radiyo dan Ibu Budi Hardani, yang telah membesarkan, mendidik, memberi kasih sayang setulus hati, nasihat, dukungan, arahan, semangat, dan selalu ikhlas mendoakan kelancaran serta selalu mengusahakan yang terbaik untuk anaknya baik dari kebutuhan materi maupun perhatian.
13. Kakak tersayang yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang tiada henti serta do'a yang tidak pernah terputus untuk kelancaran dan kesuksesan adiknya, yaitu Billy Wanderi, Desi Inayati, dan Panji Pangestu, serta keponakanku tersayang Sherina Jennaira.
14. Pemilik NPM 2012011191, terima kasih telah membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini, meluangkan banyak waktu dan memberikan banyak dorongan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
15. Keluarga besar Sukadi yang selalu memberikan dukungan, dan kasih sayang tiada henti serta do'a yang tidak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis skripsi.
16. Sahabat seperjuangan, Cekut, Gumay, Puypuy, Lae, Ridho, Konil, Pohan,

Adrian, Yuwen, Aldi, Iqbal, Ananta, Rahul, Fahmi dan Ngab yang telah memberikan semangat, dukungan, perhatian, do'a, kesabaran, serta menemani setiap saat suka maupun duka kepada penulis.

17. Sahabat Hum Oniel untuk kebersamaan dalam suka duka, bantuan, perhatian, dan kesabarannya menghadapi penulis selama perkuliahan dan seterusnya sampai setelah lulus.
18. Sahabat seperbimbingan dan seperjuangan, untuk kebersamaan selama bimbingan serta bantuan yang diberikan kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini.
19. Keluarga besar Agribisnis 2020 dan 2019 yang tidak dapat disebutkan satu per satu untuk bantuan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
20. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini.

Bandar Lampung, 18 November 2024
Penulis,

Pandu Restu Ahmadi

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
I. PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang	2
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
A. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Wisata Alam	9
2. Wisatawan.....	10
3. Perilaku Wisatawan	12
4. Preferensi Wisatawan	12
5. Analisis Konjoin	14
6. Kepuasan Wisatawan	15
7. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	16
8. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	16
B. Kajian Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Pemikiran.....	24
III. METODE PENELITIAN	27
A. Metode Dasar	27
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	27
C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Pengumpulan Data	30
D. Jenis dan Metode Pengambilan Data	31
E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	31
1. Uji Validitas	31
2. Uji Reliabilitas	32
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	33
F. Metode Analisis Data.....	35
1. Analisis Deskriptif	35

2.	Analisis Konjoin	35
3.	<i>Customer Satisfaction Index</i>	38
4.	<i>Importance Performance Analysis</i>	40
IV.	GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	42
A.	Kabupaten Lampung Selatan	42
B.	Keadaan Umum Pantai Keduwarna	44
C.	Struktur Organisasi	45
V.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A.	Karakteristik Wisatawan	48
1.	Usia dan Jenis Kelamin.....	48
2.	Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan	49
3.	Pendapatan	50
4.	Motivasi Kunjungan	51
5.	Sumber Informasi	52
6.	Hari dan Waktu Terbaik Kunjungan Menurut Wisatawan	53
7.	Asal Daerah Wisatawan.....	54
8.	Frekuensi Kunjungan Wisatawan	55
B.	Atribut pada Pantai Keduwarna	56
1.	Atraksi.....	56
2.	Aktivitas.....	58
3.	Aksesibilitas.....	60
4.	Amenitas	62
C.	Preferensi Wisatawan Pantai Keduwarna	64
1.	Nilai Kegunaan Setiap Level Atribut Berdasarkan Preferensi Wisatawan.....	65
2.	Atribut yang Paling Penting Menurut Wisatawan	68
3.	Tingkat Keakuratan Prediksi Model Hasil Konjoin	68
D.	Kepuasan Wisatawan Pantai Keduwarna.....	69
1.	<i>Customer Satisfaction Index</i>	70
2.	<i>Importance Performance Analysis</i>	75
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	81
A.	Kesimpulan	81
B.	Saran	81
	DAFTAR PUSTAKA	83
	LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data kunjungan wisatawan ke Provinsi Lampung tahun 2017-2022.....	3
2. Kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian “Preferensi dan Kepuasan Wisatawan Pantai Keduwarna Menggunakan Pendekatan Analisis Konjoin”	20
3. Definisi operasional variabel.....	29
4. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan wisatawan Pantai Keduwarna.....	33
5. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepuasan wisatawan Pantai Keduwarna.....	34
6. Level atribut Pantai Keduwarna.....	37
7. Kombinasi prosedur orthogonal.....	37
8. Skor tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.....	39
9. Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis CSI	39
10. Karakteristik wisatawan berdasarkan usia dan jenis kelamin	49
11. Karakteristik wisatawan berdasarkan tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan.....	50
12. Karakteristik wisatawan berdasarkan pendapatan pada Pantai Keduwarna.....	51
13. Karakteristik wisatawan berdasarkan motivasi kunjungan	52
14. Karakteristik wisatawan berdasarkan sumber informasi.....	53
15. Hari dan waktu kunjungan terbaik menurut wisatawan Pantai Keduwarna.....	54
16. Karakteristik wisatawan berdasarkan asal daerah dan frekuensi kunjungan pada Pantai Keduwarna.....	55
17. Frekuensi kunjungan wisatawan Pantai Keduwarna.....	55
18. Nilai kegunaan setiap level atribut Pantai Keduwarna	65
19. Peringkat kombinasi atribut wisatawan Pantai Keduwarna	67

20. Nilai kepentingan wisatawan Pantai Keduwarna.....	68
21. Korelasi dan signifikansi.....	69
22. Skor tingkat kepentingan atribut pada Pantai Keduwarna	70
23. Skor tingkat kinerja atribut pada Pantai Keduwarna.....	71
24. Perbandingan rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan wisatawan Pantai Keduwarna.....	72
25. Tingkat kepuasan wisatawan Pantai Keduwarna berdasarkan setiap atribut .	73
26. Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> pada Pantai Keduwarna	74
27. Identitas wisatawan Pantai Keduwarna.....	92
28. Informasi kunjungan wisatawan Pantai Keduwarna	94
29. Data validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan wisatawan Pantai Keduwarna	96
30. Data validitas dan reliabilitas tingkat kinerja wisatawan Pantai Keduwarna	98
31. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan wisatawan Pantai Keduwarna	100
32. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kinerja wisatawan Pantai Keduwarna	103
33. Preferensi kombinasi atribut di Pantai Keduwarna.....	106
34. Data tingkat kepentingan atribut Pantai Keduwarna.....	108
35. Hasil tingkat kepentingan atribut Pantai Keduwarna.....	110
36. Data tingkat kinerja atribut Pantai Keduwarna	111
37. Hasil tingkat kinerja atribut Pantai Keduwarna	113
38. Hasil Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) Pantai Keduwarna ..	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Data wisatawan ke Kabupaten Lampung Selatan tahun 2016-2021	4
2. Data kunjungan wisatawan Pantai Keduwarna tahun 2019-2023.....	5
3. Diagram kartesius, Rangkuti (2006).	18
4. Kerangka pemikiran preferensi dan kepuasan wisatawan Pantai Keduwarna.....	26
5. Diagram kartesius, Rangkuti (2006).	41
6. Peta Kabupaten Lampung Selatan	42
7. Peta lokasi Pantai Keduwarna	45
8. Struktur Organisasi Pantai Keduwarna	47
9. Pemandangan pasir pantai di Pantai Keduwarna	57
10. Spot foto buatan di Pantai Keduwarna.....	57
11. Aktivitas fotografi di Pantai Keduwarna.....	58
12. Aktivitas berkuda di Pantai Keduwarna.....	59
13. Aktivitas <i>camping</i> di Pantai Keduwarna.....	60
14. Akses jembatan di Pantai Keduwarna.....	61
15. Akses jalan ke Pantai Keduwarna	61
16. Gazebo di Pantai Keduwarna	62
17. Lahan parkir kendaraan roda empat di Pantai Keduwarna	63
18. Lahan parkir kendaraan roda dua di Pantai Keduwarna	63
19. Kantin UMKM di Pantai Keduwarna	64
20. Diagram kartesius tingkat kepentingan dan kinerja atribut di Pantai Keduwarna.....	75
21. Wawancara dengan wisatawan Pantai Keduwarna	114
22. Wawancara dengan wisatawan Pantai Keduwarna	114

23. Wawancara dengan wisatawan Pantai Keduwarna	115
24. Wawancara dengan wisatawan Pantai Keduwarna	115
25. Musholla di Pantai Keduwarna	116
26. Toilet di Pantai Keduwarna.....	116

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang terkenal memiliki sumber daya alam dan keanekaragaman hayati yang dapat dimanfaatkan sebagai objek wisata. Objek sumber daya alam wisata yang indah berpotensi untuk dikembangkan menjadi tempat pariwisata (Soebagyo, 2012). Namun, untuk mengubahnya menjadi tempat wisata, perlu diperhatikan aspek-aspek seperti kualitas pelayanan, pelestarian lingkungan wisata, dan penyediaan sarana serta prasarana demi kelancaran pariwisata agar menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata tersebut (Devy dan Soemanto, 2017).

Objek pariwisata di Indonesia sudah dikenal di mancanegara. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia (2023), jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dari Januari-Juni 2023, mencapai 5,19 juta kunjungan. Jumlah tersebut meningkat drastis dibandingkan periode yang sama tahun 2022 pada saat objek wisata baru dibuka kembali pasca pandemi *Covid-19*, yaitu sebesar 2,07 juta kunjungan. Berdasarkan data tersebut, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk pengembangan sektor pariwisata.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata didefinisikan sebagai kegiatan perpindahan orang-orang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan tujuan untuk bersenang-senang, di mana perpindahan tersebut membutuhkan sarana dan prasarana yang disediakan pemerintah, pengusaha dan masyarakat setempat. Sebagian besar wilayah di

Indonesia mengembangkan sektor pariwisata dengan cara menjual atau menawarkan pesona dan keunikan budaya, serta keindahan lingkungan alamnya. Seiring berjalannya waktu, sektor pariwisata di Indonesia terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan. Sektor pariwisata dapat memberikan dampak positif bagi suatu negara seperti meningkatkan perekonomian nasional, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan devisa, dan promosi budaya. Selain itu, bagi suatu daerah akan mengalami peningkatan dalam perekonomian masyarakat, dan perkembangan ini akan mengikuti kemajuan yang terjadi pada sektor pariwisata (Kementerian Pariwisata, 2017).

Pantai merupakan tempat yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi objek wisata. Berdasarkan data survei Kemenparekraf (2023), objek wisata pantai, danau, dan laut menjadi objek wisata yang banyak diminati oleh wisatawan domestik maupun mancanegara dengan persentase sebesar 64%, diikuti dengan wisata kuliner sebesar 54%, pegunungan 51,3%, taman rekreasi 36%, dan desa wisata 30%. Data tersebut menunjukkan bahwa objek wisata pantai menjadi daya tarik utama untuk berwisata. Objek wisata pantai tersebar di beberapa provinsi di seluruh Indonesia.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi sumber daya alam berupa pantai yang tersebar di beberapa kabupaten/kota yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan adalah Provinsi Lampung. Destinasi objek wisata di provinsi Lampung ini sangat beragam dan memukau, serta menawarkan pengalaman berkesan bagi siapa saja yang berkunjung. Oleh karena itu, pemerintah harus mendukung pengembangan pariwisata yang ada di Lampung agar mampu menarik minat wisatawan untuk mengunjungi objek wisata yang berada di Lampung. Ditambah lagi, daya tarik objek wisata yang ada di Lampung tidak hanya menarik bagi wisatawan domestik tetapi juga bagi wisatawan internasional. Data kunjungan wisatawan domestik dan internasional ke Provinsi Lampung dari tahun 2017-2022 dapat dilihat pada Tabel 1.

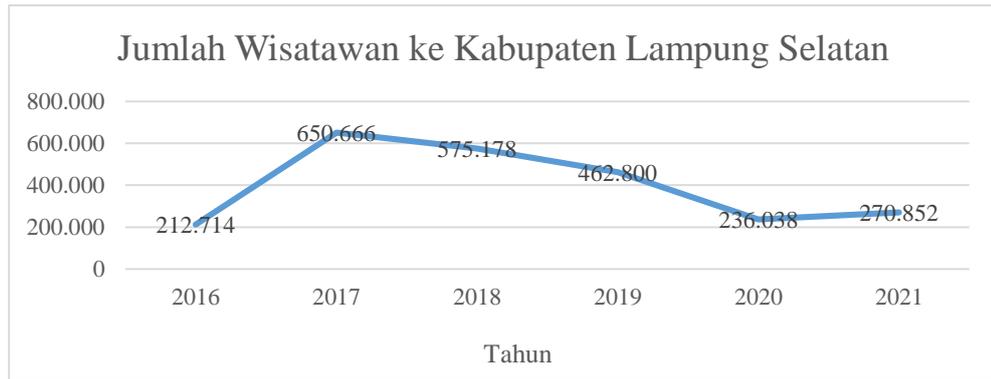
Tabel 1. Data kunjungan wisatawan ke Provinsi Lampung tahun 2017-2022

Tahun	Jumlah Wisatawan		Total
	Domestik	Internasional	
2017	11.395.827	245.372	11.641.199
2018	13.101.371	274.742	13.376.113
2019	10.445.855	298.063	10.743.918
2020	2.911.406	1.547	2.912.953
2021	2.937.395	1.757	2.939.152
2022	4.597.534	7.014	4.604.548

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Lampung, 2022

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Lampung baik wisatawan domestik maupun internasional mengalami kenaikan yang signifikan pada tahun 2017 dan 2018. Meskipun pada tahun 2019 jumlah wisatawan domestik mengalami penurunan jumlah kunjungan, akan tetapi jumlah wisatawan internasional tetap mengalami peningkatan. Di tahun berikutnya (2020), industri pariwisata mengalami dampak yang signifikan akibat pandemi *Covid-19* yang menyebabkan penurunan jumlah wisatawan yang datang ke Provinsi Lampung menjadi 2.549.925 jiwa. Pandemi *Covid-19* menimbulkan kekhawatiran di kalangan masyarakat yang ingin bepergian, dan penerapan kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) oleh pemerintah mengakibatkan penurunan aktivitas perjalanan termasuk perlintasan dan penerbangan. Kendati demikian, pada tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan ke Lampung kembali pulih dan mengalami pertumbuhan pasca pandemi *Covid-19*.

Kabupaten Lampung Selatan merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Lampung yang memiliki potensi wisata alam yang cukup besar untuk dikembangkan, terutama wisata pantai. Kabupaten yang terletak paling ujung bagian selatan pulau Sumatera ini merupakan tempat transit penduduk dari pulau Jawa ke Sumatera dan sebaliknya. Terdapat beberapa objek wisata alam yang menarik dan menjadi tujuan destinasi wisata bagi para wisatawan yang berkunjung ke wilayah ini. Jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Lampung Selatan tahun 2016 – 2021 dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Data wisatawan ke Kabupaten Lampung Selatan tahun 2016-2021
Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan, 2021

Berdasarkan Gambar 1, diketahui bahwa jumlah wisatawan yang tercatat pada Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan mengalami kenaikan sejak tahun 2016, di mana pada tahun 2017 jumlah wisatawan mencapai angka 650.666 jiwa. Namun, pada tahun 2018 jumlah kunjungan wisatawan menurun menjadi 575.178 jiwa. Penurunan jumlah wisatawan terus terjadi sampai pada tahun 2020, yakni sebanyak 236.038 jiwa. Hal ini diakibatkan adanya pandemi *Covid-19* yang mengharuskan masyarakat untuk menjaga jarak dan adanya larangan untuk bepergian sehingga berdampak besar terhadap sektor pariwisata Kabupaten Lampung Selatan. Pada tahun 2021, jumlah wisatawan yang masuk ke Kabupaten Lampung Selatan kembali mengalami peningkatan meskipun masih adanya pandemi *Covid-19*.

Berkembangnya sektor pariwisata pasca pandemi *Covid-19*, membuat jumlah tempat wisata yang menawarkan beragam fasilitas dan aktivitas wisata menarik semakin bertambah. Hal tersebut membuat wisatawan memiliki banyak opsi untuk mengunjungi objek wisata. Saat ini, sudah banyak objek wisata yang menawarkan keindahan alamnya serta fasilitas-fasilitas yang dapat menunjang kegiatan wisata, termasuk wisata alam pantai. Wisata alam pantai merupakan suatu bentuk kegiatan wisata yang dilakukan di daerah pantai yang umumnya memanfaatkan sumber daya pantai (Putera dkk, 2013).

Salah satu wisata alam pantai yang terdapat di Kabupaten Lampung Selatan yaitu Pantai Keduwarna yang terletak di Jalan Sinar Laut No. 54, Desa Way

Urang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Pantai Keduwarna memiliki ciri khas utama yaitu pasirnya yang terbagi menjadi dua warna. Sebagian pantai memiliki pasir putih seperti pantai-pantai tropis yang indah dan sebagian lainnya memiliki pasir hitam yang berkilau. Pasir hitam yang terdapat di Pantai Keduwarna tampak lebih jelas saat air laut surut dan matahari bersinar terang. Perpaduan dua warna pasir ini menciptakan pemandangan yang memikat mata. Selain itu, terdapat faktor lain yang menjadi kunci utama dalam objek wisata yaitu kelengkapan fasilitas dan atraksi permainan yang dimiliki oleh objek wisata. Kelengkapan fasilitas ini bertujuan untuk memunjang kegiatan atau atraksi yang terdapat pada objek wisata (Bambang dkk, 2017).

Pantai ini juga menjadi tempat yang cocok untuk menikmati matahari terbenam yang indah dan menikmati besarnya ombak dan wisatawan juga dapat menyusuri pantai yang memiliki suasana alam yang masih alami dengan berkuda. Keunikan yang dimiliki Pantai Keduwarna ini dapat menjadi daya tarik untuk wisatawan datang berkunjung, sehingga Pantai Keduwarna dapat menjadi objek wisata yang populer di wilayah Lampung Selatan. Jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Keduwarna tahun 2023 dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Data kunjungan wisatawan Pantai Keduwarna tahun 2019-2023
Sumber : Pengelola Pantai Keduwarna, 2023

Berdasarkan Gambar 2, jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Keduwarna mengalami ketidakstabilan. Terlihat pada tahun 2020 hingga 2021 jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Keduwarna mengalami penurunan karena

terjadi pandemi *Covid-19* yang menyebabkan adanya pembatasan aktivitas masyarakat. Tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan kembali naik karena pembatasan kegiatan masyarakat telah dicabut sehingga wisatawan dapat kembali melakukan aktivitas wisata. Peningkatan terus terjadi hingga tahun 2023, dengan jumlah kunjungan wisatawan meningkat hampir dua kali lipat dari tahun sebelumnya karena pengelola objek wisata aktif mempromosikan objek wisata Pantai Keduwarna di sosial media seperti *instagram* dan *tiktok* serta terdapat fasilitas-fasilitas yang dapat menunjang aktivitas wisatawan. Beberapa fasilitas yang terdapat di Pantai Keduwarna yaitu spot foto buatan, lahan parkir, musholla, toilet umum, gazebo, area *camping*, dan kantin UMKM. Fasilitas yang tersedia di Pantai Keduwarna dapat menjadi salah satu preferensi bagi wisatawan untuk berkunjung. Preferensi wisatawan yang memilih objek wisata dengan fasilitas lengkap dan promosi yang menarik menjadi salah satu faktor utama dalam mendorong peningkatan kunjungan.

Preferensi merupakan bagian dari komponen pembuatan keputusan dari seorang individu, yaitu kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain (Koranti dkk, 2017). Preferensi wisatawan menjadi landasan dalam mempertimbangkan harapan dan kebutuhan terkait pelayanan dan fasilitas wisata yang akan diberikan. Guna terus meningkatkan minat dan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Keduwarna, pengelola objek wisata harus mampu beradaptasi dengan perubahan, dan menerima masukan dari berbagai pihak yang berkepentingan, khususnya wisatawan. Masukan berupa kritik dan saran mengenai atribut-atribut yang terdapat pada Pantai Keduwarna dari wisatawan dapat digunakan oleh pengelola objek wisata untuk memahami preferensi mereka terhadap objek wisata ini.

Preferensi merupakan bagian dari perilaku konsumen yang berarti sesuatu yang lebih diminati, suatu pilihan utama, merupakan kebutuhan prioritas. Sedangkan, kepuasan merupakan suatu proses dinamis dan harus selalu dipantau secara berkala oleh objek wisata, karena pada dasarnya kepuasan akan menghasilkan keuntungan bagi objek wisata (Sitorus dkk, 2020). Tujuannya agar pengelola objek wisata dapat memberikan layanan dan

fasilitas terbaik serta sebagai dasar evaluasi untuk pengembangan lebih lanjut dari objek wisata ini. Untuk menilai kepuasan wisatawan terhadap atribut-atribut yang ada, dapat dilakukan dengan metode *Customer Satisfaction Index*. Menurut Kanedi dkk (2017), tingkat kepuasan wisatawan dapat dihitung dengan membandingkan kinerja yang mereka alami dengan harapan mereka. Jika kinerja lebih rendah dari harapan, wisatawan akan merasa kecewa. Sebaliknya, jika kinerja sesuai dengan atau melebihi harapan, maka wisatawan akan merasa sangat puas. Dalam konteks perilaku konsumen, ada faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, termasuk kualitas produk, kualitas pelayanan, aspek emosional konsumen, harga, dan biaya (Kotler dan Keller, 2008). Penelitian ini berdasarkan pada kerangka konsep perilaku konsumen, di mana wisatawan dipersepsikan sebagai konsumen dan wisata pantai sebagai produk yang mereka konsumsi.

Penelitian ini menggabungkan evaluasi preferensi wisatawan dengan analisis kepuasan wisatawan terhadap atribut objek wisata Pantai Keduwarna. Pantai Keduwarna perlu terus mengembangkan destinasi pariwisata yang berkelanjutan serta meningkatkan jumlah kunjungan untuk mengoptimalkan manfaat ekonomi dari sektor wisata pantai. Oleh karena itu, analisis mengenai preferensi dan tingkat kepuasan wisatawan menjadi aspek penting yang perlu diteliti.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi wisatawan terhadap Wisata Pantai Keduwarna?
2. Bagaimana tingkat kepuasan wisatawan terhadap atribut Wisata Pantai Keduwarna menggunakan metode *Customer Satisfaction Index*?
3. Bagaimana tingkat kinerja wisatawan terhadap atribut Wisata Pantai Keduwarna menggunakan metode *Importance Performance Analysis*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis preferensi wisatawan terhadap atribut Wisata Pantai Keduwarna
2. Menganalisis tingkat kepuasan wisatawan terhadap atribut Wisata Pantai Keduwarna menggunakan metode *Customer Satisfaction Index*
3. Menganalisis tingkat kinerja wisatawan terhadap atribut Wisata Pantai Keduwarna menggunakan metode *Importance Performance Analysis*

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Pengelola Wisata
Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan pelayanan kepada wisatawan, dengan demikian akan terus meningkatkan daya tarik destinasi wisata.
2. Bagi Pemerintah
Sebagai pertimbangan untuk memperbaiki sarana destinasi wisata dan untuk memutuskan atau membuat suatu kebijakan.
3. Bagi Peneliti Lain
Dapat menjadi sumber referensi dan berkontribusi pada literatur ilmiah yang lebih lanjut mengenai preferensi wisatawan terhadap destinasi pariwisata yang baru.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Wisata Alam

Menurut UU Nomor 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya, wisata alam merujuk pada kawasan yang diperuntukkan utamanya untuk tujuan wisata alam dan rekreasi. Kawasan ini memiliki fungsi penting dalam melindungi sistem yang mendukung kehidupan, berfungsi sebagai tempat pendidikan alam, dan memfasilitasi perkembangan ilmu pengetahuan. Semua penggunaan sumber daya hayati di dalam kawasan ini harus dilakukan secara berkelanjutan.

Menurut Utami (2017), wisata alam adalah jenis kegiatan pariwisata yang mengoptimalkan potensi sumber daya alam dan pengelolaan lingkungan, baik selama maupun setelah budidaya. Pendekatan utama dalam wisata alam adalah pelestarian lingkungan, namun tetap mempertimbangkan fasilitas dan kebutuhan wisatawan dalam menjalankan aktivitasnya. Wisata alam dapat mencakup destinasi seperti pantai, gunung, pemandangan alam, dan wisata bahari atau perairan.

Faustina (2019) menjelaskan bahwa daya tarik wisata alam memiliki kriteria-kriteria sebagai berikut:

a. Aspek informasi

Aspek informasi adalah hal yang paling penting bagi wisatawan, karena tujuan utama mereka adalah mengeksplorasi hal-hal baru untuk

meningkatkan pengalaman mereka. Dalam konteks penyelenggaraan wisata alam, informasi menjadi salah satu prasyarat penting, karena wisatawan memerlukan informasi tentang fenomena alam dan keistimewaan sumber daya alam.

b. Aspek keanekaragaman

Destinasi wisata alam yang berkualitas seharusnya kaya akan keanekaragaman flora dan fauna. Ini akan menjadi nilai tambah bagi destinasi tersebut dan juga menjadi daya tarik yang bisa dinikmati oleh para wisatawan.

c. Keindahan dan keunikan

Keistimewaan dari daya tarik alam timbul karena proses alamiah tertentu dan hanya terjadi pada waktu-waktu tertentu, sehingga setiap destinasi wisata alam memiliki karakteristik yang berbeda satu sama lain.

d. Petualangan lintas alam

Selain menikmati kecantikan alam, penelitian, dan upaya pelestarian alam, terdapat juga kegiatan khusus seperti hiking di alam. Oleh karena itu, diperlukan kawasan wisata alam yang masih dalam kondisi alami tanpa adanya gangguan dari aktivitas buatan lainnya.

2. Wisatawan

Kata "wisatawan" berasal dari Bahasa Sanskerta "wisata" yang mengandung arti perjalanan, setara dengan kata "*travel*" dalam Bahasa Inggris. Dalam konteks ini, seseorang yang melakukan perjalanan dapat disebut sebagai wisatawan atau "*traveller*". Penggunaan akhiran "wan" merujuk pada individu berdasarkan profesinya, keahliannya, keadaannya, jabatannya, atau kedudukannya. Sehingga, istilah "wisatawan" mencakup semua orang yang melakukan perjalanan, dan penggunaan akhiran "wan" menyoroiti status atau identitas mereka sehubungan dengan perjalanan (Wolah, 2016). Wisatawan merupakan elemen yang tidak terpisahkan dari sektor pariwisata.

Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Individu yang melakukan kegiatan wisata biasa disebut wisatawan. Wisatawan terbagi menjadi dua yaitu wisatawan domestik dan wisatawan internasional. Wisatawan domestik merupakan penduduk asli negara tersebut yang melakukan kegiatan wisata dalam batas wilayah negara sendiri dan tidak keluar dari negaranya, sedangkan wisatawan internasional merupakan individu atau kelompok dari luar negeri yang melakukan kegiatan wisata (Suharto, 2020).

Perilaku wisatawan dapat dibedakan menjadi:

- a. Wisatawan massal yang terorganisir (*Organized Mass Tourist*) dengan melakukan kegiatan wisata bersama-sama dengan kelompok serta mengambil liburan dalam sebuah trip biasanya dengan agen perjalanan.
- b. Wisatawan massal individu (*Individual Mass Tourist*) kelompok wisata ini menggunakan fasilitas yang sama dengan wisatawan massa yang terorganisir, tetapi menghasilkan keputusan berdasarkan lebih individual mengenai kegiatan wisata mereka.
- c. Penjelajah (*Explorers*) wisatawan yang secara mandiri merencanakan perjalanan mereka tetapi masih cenderung memanfaatkan fasilitas yang umumnya digunakan oleh para wisatawan massal.
- d. *Drifters* (orang yang selalu pindah dari tempat satu ke tempat yang lain) seorang *drifters* lebih suka menghindari interaksi dengan wisatawan lain dan berjalan kaki serta menginap bersama penduduk setempat. Wisatawan ini cenderung tinggal dalam jangka waktu yang lebih lama dibandingkan dengan wisatawan lainnya. (Supriadi, 2017).

3. Perilaku Wisatawan

Perilaku wisatawan seringkali dihubungkan dengan konsep 'perilaku konsumen' dalam bidang pemasaran, yang didefinisikan sebagai perilaku konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka (Guleria, 2016). Perilaku ini juga menitikberatkan pada bagaimana seseorang membuat keputusan dalam memanfaatkan sumber daya seperti waktu, uang, dan tenaga untuk memperoleh barang yang diinginkan.

Meskipun sering dibandingkan dengan perilaku konsumen, perilaku wisatawan memiliki beberapa aspek penting yang membedakannya. Salah satu perbedaan utama adalah adanya fase yang lebih panjang dalam kegiatan wisata. Selain itu, wisatawan dipersepsikan sebagai konsumen dan objek wisata sebagai produk yang dikonsumsi. Memahami perilaku wisatawan sangat penting karena keberhasilan pariwisata bergantung pada kepuasan wisatawan terhadap pengalaman mereka. Sikap menjadi faktor kunci dalam memprediksi perilaku wisatawan, sedangkan penelitian tentang tingkat kepuasan berperan sebagai umpan balik dari wisatawan yang penting untuk keberhasilan pengembangan pariwisata (Juvan dkk, 2017).

4. Preferensi Wisatawan

Preferensi berasal dari kata "*preference*" dalam bahasa Inggris, yang mengacu pada apa yang lebih disukai, pilihan utama, atau prioritas dalam kebutuhan. Ketika memilih lokasi tujuan wisata, preferensi wisatawan sangat mempengaruhi keputusan mereka. Preferensi wisatawan mencerminkan nilai-nilai terbaik yang dipertimbangkan oleh mereka saat memilih tempat untuk berlibur. Hal ini dapat dilihat sebagai pandangan ideal terhadap destinasi pariwisata, dilihat dari perspektif dan harapan para wisatawan (Purnama, 2020). Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa preferensi wisatawan adalah faktor-faktor yang

memengaruhi keputusan mereka dalam memilih, termasuk aspek-aspek seperti preferensi pribadi, motivasi perjalanan, ketersediaan fasilitas, lokasi, aksesibilitas, tarif, dan jam operasional. (Gantini dan Setiyorini, 2012; Permadi dkk, 2018) .

Preferensi wisatawan muncul karena keinginan dan kebutuhan mereka terhadap berbagai produk wisata yang tersedia saat mereka melakukan perjalanan. Saat ini, keinginan dan kebutuhan wisatawan terhadap produk wisata menjadi lebih kompleks, dinamis, dan menuntut tingkat kualitas yang memadai. Oleh karena itu, destinasi pariwisata harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan ini dengan mendengarkan dengan baik berbagai pihak yang berkepentingan, terutama suara wisatawan yang memiliki pandangan dan preferensi yang beragam dalam pemilihan objek-objek wisata yang ingin mereka kunjungi. Hal ini karena setiap wisatawan memiliki selera yang berbeda (Nursusanti, 2005).

Preferensi dalam industri pariwisata adalah upaya untuk mencapai tujuan pariwisata yang diharapkan. Pengelola pariwisata diharapkan dapat memberikan pelayanan optimal kepada pengunjung atau wisatawan, yang pada dasarnya merupakan konsumen yang menikmati layanan pariwisata. Untuk memberikan layanan yang terbaik kepada pengunjung atau wisatawan, penyedia layanan pariwisata perlu memahami preferensi wisatawan dengan baik agar dapat memenuhi kebutuhan mereka (Pauwah dkk, 2013).

Pengelola pariwisata berusaha dengan berbagai cara untuk memberikan layanan terbaik kepada wisatawan yang sesuai dengan permintaan pasar. Oleh karena itu, penting untuk mengumpulkan data mengenai atribut-atribut yang dianggap paling penting dan diinginkan oleh wisatawan. Ross (1998) mengatakan bahwa atribut kepariwisataan yang harus ada di dalam destinasi wisata yaitu *Attraction, Activities Amenities, Accesibility, Amenities dan Cinderamata*.

- a. Atraksi (*Attraction*), semua daya tarik dalam destinasi wisata yang menciptakan kesan positif dan kepuasan bagi wisatawan, termasuk hal-hal yang dapat diamatinya atau dinikmati melalui pertunjukan yang disiapkan khusus untuk mereka.
- b. Aktivitas (*Activities*), sebuah aktivitas yang terjadi di dalam, di sekitar, atau di sekitar destinasi wisata adalah sebuah kegiatan yang dapat ditemui di destinasi wisata (Wahyuni & Tamami, 2021).
- c. Aksesibilitas (*Accessibility*), Fasilitas untuk mencapai suatu tujuan, yang mencakup kenyamanan, keamanan, dan waktu perjalanan selama berwisata.
- d. Amenitas (*Amenities*), Segala jenis fasilitas yang menyediakan layanan kepada wisatawan untuk memenuhi semua kebutuhan mereka selama kunjungan mereka ke suatu destinasi pariwisata.
- e. Cenderamata, umumnya berupa produk atau oleh-oleh yang terdapat pada objek wisata.

5. Analisis Konjoin

Analisis konjoin adalah suatu teknik analisis multivariat yang digunakan khususnya untuk memahami preferensi wisatawan terhadap berbagai jenis objek, seperti produk, layanan, atau ide (Hair dkk, 2010). Salah satu hal yang membedakan analisis konjoin dari metode analisis multivariat lainnya adalah bahwa peneliti pertama-tama merancang produk dengan menggabungkan semua kemungkinan atribut dan level atribut. Kemudian produk ini diberikan kepada wisatawan untuk dievaluasi secara menyeluruh. Peneliti merancang produk dengan cermat sehingga kepentingan setiap atribut dan level atribut dapat dianalisis berdasarkan peringkat atau nilai keseluruhan yang diberikan oleh wisatawan.

Analisis konjoin bergantung pada bagaimana wisatawan menilai berbagai kombinasi atribut yang disajikan. Penilaian ini biasanya dilakukan dengan memberikan peringkat atau skor pada setiap kombinasi atribut menggunakan skala likert. Hasil dari analisis konjoin berupa data

kuantitatif yang dapat digunakan untuk memodelkan preferensi wisatawan terhadap berbagai kombinasi atribut (Green dan Krieger, 1991).

Keunggulan utama dari analisis konjoin adalah kemampuannya untuk menggabungkan atribut yang mungkin belum ada tetapi diprediksi akan ada, mengidentifikasi model produk yang paling diminati oleh wisatawan, dan memberikan wawasan yang spesifik tentang preferensi wisatawan terhadap atribut-atribut baru yang terkait dengan suatu produk.

6. Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan konsep yang sulit untuk didefinisikan secara sederhana. Berbagai ahli telah memberikan beragam pengertian terkait kepuasan wisatawan, pengunjung, dan konsumen, yang masing-masing menyoroti aspek tertentu dari pengalaman mereka.

Kepuasan konsumen adalah evaluasi seseorang terhadap produk atau layanan yang didasarkan pada perbandingan antara kinerja atau hasil yang mereka alami dengan harapan mereka (Harkinpal, 2012). Menurut Kotler dan Keller (2013), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kekecewaan yang timbul setelah membandingkan kinerja aktual produk yang dipercayai dengan kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen adalah salah satu tujuan utama dalam kegiatan bisnis, dianggap sebagai indikator yang sangat penting untuk mencapai profitabilitas di masa depan, dan menjadi pendorong usaha-usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen (Hasan, 2013).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat dilihat bahwa prinsip utama dari kepuasan wisatawan adalah membandingkan apa yang diharapkan dengan tingkat kinerja yang dirasakan oleh wisatawan. Hal tersebut membuktikan bahwa kepuasan adalah perbandingan kinerja terhadap ekspektasi (Suwena & Widyatmaja, 2010). Apabila kinerja yang dirasakan melebihi ekspektasi, maka wisatawan akan merasa puas dan senang. Sebaliknya, apabila kinerja yang dirasakan berada di bawah ekspektasi, maka wisatawan akan merasa tidak puas ataupun kecewa.

7. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index (CSI) atau indeks kepuasan konsumen adalah sebuah alat pengukuran yang mengindikasikan hubungan antara konsumen dengan suatu produk atau layanan. Indeks ini memberikan gambaran tentang sejauh mana kemungkinan seorang pelanggan akan beralih ke produk atau layanan lain, terutama jika ada perubahan dalam hal-hal seperti harga atau atribut lainnya. Metode ini digunakan untuk mengevaluasi secara menyeluruh indeks kepuasan konsumen dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) dari berbagai aspek (Supranto, 2006). Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengukuran CSI sebagai berikut :

- a. Menghitung *Weighting Factor (WF)*, yaitu mengkonversi dari nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi persentase dari total rata-rata tingkat kinerja dari semua atribut yang diuji.
- b. Menghitung *Weighted Score (WS)*, yaitu menilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja untuk setiap atribut dengan WF khususnya untuk atribut tersebut.
- c. Menghitung *Weighted Total (WT)*, yang mencakup penjumlahan WS dari semua atribut yang dievaluasi.
- d. Menghitung *Satisfaction Index*, yaitu dengan membagi WT dengan skala maksimum (dalam penelitian ini, skala maksimum adalah 5) dan kemudian dikali dengan 100%.

8. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana kinerja atribut-atribut tertentu mencapai tingkat kepentingan yang diharapkan oleh konsumen. Analisis kinerja berfokus pada sejauh mana kepentingan pelanggan terhadap produk atau jasa berkualitas tinggi tercermin dalam tindakan yang perlu diambil oleh pengelola (Rangkuti, 2006).

Metode analisis menggunakan IPA, atribut-atribut dikelompokkan ke dalam empat kuadran, di mana Kuadran (I) Prioritas Utama menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi kinerjanya masih kurang memuaskan. Kuadran (II) Pertahankan Prestasi menunjukkan atribut yang dianggap penting dan kinerja atribut tersebut sudah baik dan harus dipertahankan. Kuadran (III) Prioritas Rendah menggambarkan situasi di mana atribut-atribut dianggap kurang penting oleh konsumen, dan pengelola tidak melaksanakannya dengan baik dalam kenyataannya. Kuadran (IV) Berlebihan mencerminkan kondisi di mana atribut-atribut dianggap kurang penting oleh konsumen, dan pada realitanya, pengelola juga tidak melaksanakannya dengan baik. Pemetaan ini dilakukan dengan merujuk pada nilai rata-rata skor tingkat kepentingan dan rata-rata skor tingkat kinerja dari atribut-atribut yang sedang diselidiki.

Menurut Lupiyoadi dan Bramulya (2015), langkah-langkah dalam melakukan analisis IPA yaitu sebagai berikut:

- a. Konsumen mengevaluasi atribut berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja,
- b. Skor kepentingan dan kinerja yang telah diperoleh dicantumkan ke dalam kuadran yang ada, yaitu: Kuadran (I) Prioritas Utama, Kuadran (II) Pertahankan Prestasi, Kuadran (III) Prioritas Rendah, dan Kuadran (IV) Berlebihan.

Seluruh hasil penilaian dimasukkan ke dalam salah satu dari kuadran yang terdapat dalam diagram kartesius (Rangkuti, 2006), seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Diagram kartesius, Rangkuti (2006).

Keterangan:

X = Tingkat pelaksanaan (*Performance*)

Y = Tingkat kepentingan (*Importance*)

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Terdapat 10 kajian penelitian terdahulu yang membahas mengenai preferensi wisatawan dan kepuasan wisatawan yang berbeda-beda tempat atau lokasi wisata yang ada di Indonesia. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode analisis yang digunakan, yaitu menggunakan metode analisis deskriptif untuk mengidentifikasi atribut yang terdapat pada objek wisata Pantai Keduwarna. Selain itu, penelitian ini menggunakan analisis konjoin untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut wisata pantai Keduwarna. Kemudian, menggunakan analisis *customer satisfaction index* untuk menganalisis kepuasan wisatawan terhadap atribut wisata Pantai Keduwarna dan *importance performance analysis* untuk menilai sejauh mana kinerja atribut-atribut wisata mencapai tingkat kepentingan yang diharapkan oleh wisatawan. Sedangkan, perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah lokasi wisata yang terletak di Pantai Keduwarna yang berlokasi di Kalianda, Lampung Selatan. Pemilihan lokasi ini sangat sesuai karena Pantai

Keduwarna memiliki berbagai potensi untuk dapat dikembangkan lebih lanjut. Dengan demikian perlu diperhatikan preferensi wisatawan dan kepuasan wisatawan terhadap atribut wisata pantai agar pengembangan objek wisata dapat sesuai dengan keinginan wisatawan secara tepat. Wisatawan akan merasa puas dengan pelayanan, fasilitas, serta elemen pendukung lain yang dapat menjadi nilai tambah, dan mereka berpotensi untuk memberikan rekomendasi mengenai wisata pantai ini kepada orang lain yang secara otomatis, akan menambah jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Keduwarna. Penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian “Preferensi dan Kepuasan Wisatawan Pantai Keduwarna Menggunakan Pendekatan Analisis Konjoin”

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Preferensi Wisatawan Domestik dalam Memilih Produk Wisata Gastronomi di Kuta Bali (Wijaya, Liesteandre, dan Saputra, 2021)	Menganalisis preferensi wisatawan domestik dalam memilih produk wisata gastronomi di Kuta	Analisis konjoin	Wisatawan domestik di Kuta cenderung lebih memilih restoran yang rapi, makanan enak, kegiatan belajar memasak, dan harga mulai dari Rp.10.000 hingga Rp.30.000. Atribut yang paling dipertimbangkan oleh wisatawan domestik dalam memilih produk wisata gastronomi adalah suasana toko, diikuti oleh kualitas, harga, aktivitas, dan layanan.
2.	Preferensi Wisatawan Nusantara Terhadap Komponen Wisata Papandayan Menggunakan Analisis Konjoin (Alamanda, Ramdhan, dan Prasetio, 2020)	Menganalisis preferensi pendaki gunung yang berada wisatawan nusantara menuju objek wisata Gunung Papandayan.	Analisis konjoin	Atribut terpenting bagi wisatawan adalah daya tarik atraksi seperti suasana alam yang indah, Menara Pandang, aktivitas walking, mempunyai tour guide, ketersediaan internet dengan aksesibilitas menggunakan ojek gunung, dan memilih jenis harga <i>single ticket</i> , sedangkan keamanan dianggap sebagai atribut yang paling tidak penting.
3.	Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Destinasi Wisata Kota Semarang Dengan Pendekatan Analisis <i>Conjoint</i> (Parasto, Suhendra, dan Tripiawan, 2018)	Menganalisis preferensi wisatawan yang berkunjung ke Kota Semarang dan memahami faktor-faktor yang	Analisis konjoin	Preferensi untuk atribut kegiatan pariwisata, dengan pariwisata sejarah sebagai preferensi utama. Atribut transportasi, khususnya transportasi pribadi, juga dianggap penting oleh responden. Atribut atraksi pariwisata,

		mempengaruhi keputusan mereka untuk memilihnya sebagai tujuan wisata.		khususnya budaya, juga disukai oleh responden.
4.	Preferensi Wisatawan Terhadap Destinasi Kampung Wisata Tabek Indah Resort Di Provinsi Lampung Dengan Teknik Analisis <i>Conjoint</i> (Adiguna, Amani, dan Tripiawan, 2020)	Mengetahui preferensi wisatawan yang pernah berkunjung ke Kampung Wisata Tabek Indah Resort.	Analisis konjoin	Atribut <i>ancillary service</i> (pelayanan tambahan) adalah atribut terpenting bagi wisatawan Kampung Wisata tabek Indah Resort dengan subatribut yang paling disukai adalah resort aman, kemudian <i>accessibility</i> (aksesibilitas) menjadi atribut terpenting kedua bagi wisatawan dengan subatribut yang paling disukai yaitu tersedianya transportasi umum, dan yang ketiga adalah atribut <i>attraction</i> (atraksi / daya tarik) dengan subatribut yang paling disukai yaitu lingkungan perdesaan yang asri, dan atribut urutan ke empat adalah <i>amenities</i> (fasilitas) menjadi atribut terpenting terakhir bagi wisatawan dengan subatribut yang paling disukai yaitu infrastruktur memadai
5.	Analisis Preferensi Pemilihan Hotel di Bandung pada Konsumen Usia Produktif (Muslim, dan Millanyani, 2022)	Mengetahui apa saja yang menjadi preferensi pada konsumen usia produktif dalam memilih hotel di Bandung.	1. Analisis deskriptif 2. Analisis konjoin	Atribut hotel yang memiliki <i>important values</i> paling tinggi adalah atribut lokasi hotel dengan <i>important values</i> sebesar 22,326, level pusat kota yang dalam penelitian ini dianggap sebagai level paling bermanfaat bagi konsumen dengan nilai kegunaan positif terbesar yaitu 0.117 dan stimuli tertinggi pertama dihasilkan oleh

				kartu ke 1 dengan nilai kegunaan sebesar 0,224. Stimuli kartu 1 menjadi stimuli yang paling disukai konsumen dalam pemilihan hotel di Bandung.
6.	Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Atribut Wisata Menggunakan Metode Csi Dan Ipa Pada Wisata Pemandian Di Kabupaten Tapanuli Utara (Tampubolon, Saputra, dan Simanjuntak, 2019)	Menganalisis kepuasan wisatawan terhadap atribut wisata dan memberi rekomendasi alternatif kebijakan dalam mengembangkan wisata pemandian di Kabupaten Tapanuli Utara.	CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>) dan IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	Wisatawan cenderung menerapkan tahap keputusan pembelian produk yaitu mengenal kebutuhan kunjungan untuk rekreasi, mencari informasi secara langsung mengenai tanggapan orang lain serta hal menarik mengenai wisata pemandian. Berdasarkan perhitungan tingkat kepuasan menggunakan <i>Customer Satisfaction Index</i> diperoleh nilai kepuasan keseluruhan atribut adalah 68,89% yang berada pada kategori puas
7.	Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Produk Jasa Wisata Mangrove Di Desa Karangsong Kabupaten Indramayu (Suryana, dan Pamungkas, 2018)	Menganalisis kepuasan wisatawan terhadap kualitas dari produk jasa Wisata Mangrove Desa Karangsong Kabupaten Indramayu.	CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>) dan IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	Berdasarkan <i>Customer Satisfaction Index</i> , dapat diketahui nilai CSI sebesar 61%. Nilai tersebut berada pada interval 51% – 65% yang berarti wisatawan merasa “Cukup Puas” terhadap kualitas produk jasa Wisata Mangrove di Desa Karangsong Kabupaten Indramayu.
8.	Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Kawasan Wisata Lembah Harau (Fitrianti, Ismawati, dan Sillia, 2018)	Menganalisis atribut-atribut prioritas yang perlu ditingkatkan dan mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terhadap	CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>) dan IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	Nilai rata-rata kesesuaian antara kepentingan dan kinerja adalah 78,55%, artinya terdapat sekitar 78,55 % atribut di Kawasan Wisata Lembah Harau yang dianggap penting. Tingkat kepuasan pengunjung terhadap atribut bauran

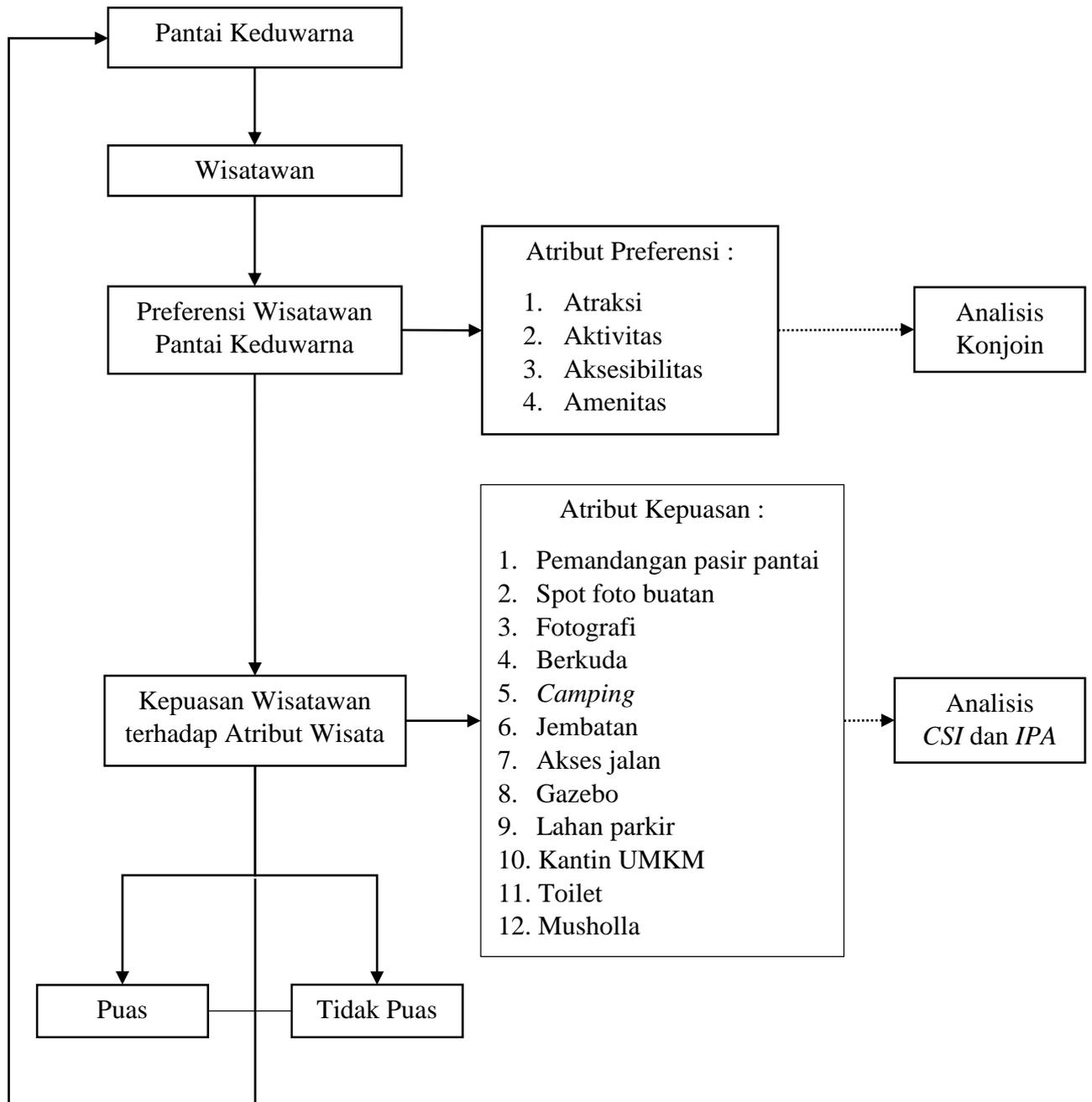
		pengelolaan yang telah dilakukan oleh pengelola.		pemasaran Kawasan Wisata Lembah Harau berada pada kriteria puas yang dianalisis dari nilai <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) sebesar 67,38% .
9.	Analisis Kepuasan Wisatawan Kota Bandung Berdasarkan <i>Tourism Experience</i> (Widiastuti, dan Octavia, 2017)	Menganalisis kepuasan wisatawan Kota Bandung berdasarkan <i>Tourism Experience</i>	CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>) dan IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan wisatawan Kota Bandung berada pada kategori puas berdasarkan pada analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> . Kategori puas dapat ditunjukkan dengan nilai lebih besar dari 80% yang di mana hasil penelitian menunjukkan tingkat kepuasan dari konsumen mencapai 80,70%.
10.	Analisis Kepuasan Pengunjung Program Agroeduwisata Taman Teknologi Pertanian (TTP) Cigombong, Kabupaten Bogor (Puspita, Ismail, dan Burhanuddin, 2021)	Mengukur tingkat kepuasan pengunjung program agroeduwisata TTP Cigombong, dan mengidentifikasi tingkat kepentingan dan kinerja program.	CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>) dan IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	Pengunjung program agroeduwisata TTP Cigombong merasa puas dengan kinerja program agroeduwisata TTP Cigombong dengan nilai CSI sebesar 78,79%. Hasil analisis menggunakan IPA menunjukkan peningkatan keamanan lokasi dan fasilitas penginapan menjadi harus diprioritaskan dan dikembangkan lebih lanjut.

C. Kerangka Pemikiran

Saat ini, banyak wilayah di Indonesia yang menjadi objek wisata dan memiliki fasilitas serta keindahan alam. Selain keindahan alam, objek wisata diharapkan mampu memberikan manfaat bagi lingkungan, budaya dan perekonomian masyarakat setempat salah satunya yaitu destinasi wisata alam. Wisata alam telah menjadi sebuah konsep pariwisata yang sangat menarik bagi para wisatawan, dengan tujuan menciptakan pengalaman pariwisata yang istimewa. Konsep ini mengakomodasi minat para wisatawan dengan menghadirkan lebih dari sekadar keindahan alam, tetapi juga memberikan kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan dan pengalaman mereka selama melakukan perjalanan wisata.

Pantai Keduwarna merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Lampung Selatan tepatnya di Kecamatan Kalianda yang memiliki konsep wisata alam dengan menyuguhkan pengalaman berwisata di pinggiran pantai kepada wisatawan yang berkunjung. Pemandangan pasir pantai yang memiliki warna berbeda menjadi daya tarik bagi wisatawan. Selain itu, di pantai ini terdapat beberapa fasilitas seperti lahan parkir, musholla, toilet umum, gazebo, area *camping*, kantin UMKM yang dapat menunjang aktivitas wisata. Namun, saat ini sudah banyak destinasi wisata yang mengadopsi konsep wisata alam pantai, sehingga untuk tetap bertahan dalam industri pariwisata, suatu objek wisata harus terus dikembangkan. Hal ini diperlukan untuk menjaga keberlanjutan dan daya tariknya objek wisata tersebut. Pengelola objek wisata harus mampu mempertahankan eksistensi objek wisata dengan memperhatikan preferensi wisatawan terhadap Wisata Pantai Keduwarna. Tujuannya adalah untuk memahami kombinasi atribut apa yang paling diminati oleh wisatawan, sehingga pengelola objek wisata dapat menyediakan layanan dan fasilitas terbaik untuk wisatawan. Selain itu, informasi ini dapat digunakan sebagai alat evaluasi bagi pengelola destinasi untuk mengembangkan lebih lanjut wisata alam ini. Sebelum melakukan analisis preferensi, langkah awal yang dilakukan yaitu mengidentifikasi atribut-atribut pariwisata yang terdapat di Pantai Keduwarna dengan menggunakan analisis

deskriptif kemudian dilakukan analisis menggunakan metode konjoin. Analisis konjoin bertujuan untuk menganalisis preferensi wisatawan terhadap Pantai Keduwarna dengan langkah sebagai berikut: 1) merumuskan masalah; 2) penentuan level atribut; 3) pembentukan stimulus. Tingkat kepuasan wisatawan terhadap atribut Pantai Keduwarna juga dianalisis menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan langkah-langkah sebagai berikut: 1) menghitung *weighting factor*; 2) *weighted score*; 3) menghitung *weight total*. Kemudian, tingkat kepentingan dan kinerja atribut Pantai Keduwarna dianalisis menggunakan *Importance Performance analysis* (IPA). Hasil dari analisis ini akan memberikan wawasan mengenai kombinasi atribut yang paling disukai oleh wisatawan Pantai Keduwarna dan dapat membantu pengelola wisata dalam menyediakan layanan dan fasilitas terbaik bagi wisatawan, serta dapat digunakan sebagai dasar evaluasi untuk mengembangkan Pantai Keduwarna guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Diagram alir kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kerangka pemikiran preferensi dan kepuasan wisatawan Pantai Keduwarna

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar

Metode yang digunakan untuk menganalisis preferensi wisatawan Pantai Keduwarna adalah metode survei. Metode survei adalah metode yang umumnya digunakan untuk mengatasi permasalahan dalam skala besar, serta dilakukan secara faktual dengan mengambil sampel khusus (Hamdani dan Priatna, 2020). Dalam metode survei, sampel diambil dari populasi tertentu dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data serta melakukan wawancara kepada responden (Sugiyono, 2012). Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari wisatawan Pantai Keduwarna mengenai preferensi dan tingkat kepuasan mereka.

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional melibatkan semua konsep dan cara pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Konsep dasar definisi operasional dan batasan operasional variabel (Tabel 3) dalam penelitian ini adalah :

Wisata Alam adalah jenis pariwisata yang berfokus pada pengalaman alam dan lingkungan seperti menikmati pemandangan alam, beraktivitas di luar ruangan, dan melestarikan keanekaragaman alam dan lingkungan.

Pantai Keduwarna merupakan wisata alam yang terletak di Desa Way Urang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan yang mana terdapat beberapa atribut seperti atraksi, aktivitas, amenitas, dan aksesibilitas

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan ke destinasi tertentu, baik dalam negeri maupun luar negeri, untuk tujuan rekreasi, liburan, bisnis, pendidikan, atau keperluan lainnya.

Karakteristik Wisatawan adalah ciri-ciri atau sifat khas yang mendeskripsikan seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata.

Preferensi adalah kecenderungan atau prioritas pilihan wisatawan terhadap atribut yang terdapat di Pantai Keduwarna. Preferensi dapat dipelajari melalui analisis kombinasi beragam atribut produk beserta level-levelnya.

Atribut Preferensi adalah karakteristik atau elemen-elemen yang mempengaruhi preferensi atau pilihan wisatawan terhadap suatu produk. Atribut yang digunakan pada penelitian terhadap preferensi Pantai Keduwarna ini yaitu atraksi, aktivitas, aksesibilitas, dan amenitas.

Atribut Kepuasan adalah faktor-faktor atau karakteristik yang mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan terhadap atribut yang terdapat pada Pantai Keduwarna. Atribut yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan terhadap atribut produk Pantai Keduwarna yaitu pemandangan pasir pantai, spot foto buatan, jembatan, akses jalan, gazebo, kantin UMKM, area *camping*, kantin UMKM dan lahan parkir.

Level Atribut adalah jumlah atribut yang terdapat dan diteliti pada penelitian di Pantai Keduwarna.

Tabel 3. Definisi operasional variabel

No.	Variabel	Definisi	Level atribut
1	Atraksi	Daya tarik dari objek wisata Pantai Keduwarna	- Pemandangan pasir pantai - Spot foto buatan
2	Aktivitas	Kegiatan yang terdapat di Pantai Keduwarna	- Fotografi - Berkuda - <i>Camping</i>
3	Aksesibilitas	Sarana yang mempermudah untuk menyusuri Pantai Keduwarna	- Akses jalan - Jembatan
4	Amenitas	Segala bentuk fasilitas yang mendukung wisatawan untuk semua kebutuhan selama berwisata	- Gazebo - Lahan Parkir - Kantin UMKM
Atribut Kepuasan			
1.	Pemandangan pasir pantai	Pasir pantai yang terbagi menjadi dua warna	Sangat puas (5), puas (4), cukup puas (3), kurang puas (2), tidak puas (1).
2.	Spot foto buatan	Dibuat guna menunjang hasil fotografi untuk wisatawan	Sangat puas (5), puas (4), cukup puas (3), kurang puas (2), tidak puas (1).
3.	Jembatan	Digunakan sebagai akses masuk ke wilayah pantai	Sangat puas (5), puas (4), cukup puas (3), kurang puas (2), tidak puas (1).
4.	Akses jalan	Akses jalan yang mudah dilalui kendaraan wisatawan	Sangat puas (5), puas (4), cukup puas (3), kurang puas (2), tidak puas (1).
5.	Gazebo	Digunakan wisatawan untuk bersantai dan menikmati pemandangan pantai	Sangat puas (5), puas (4), cukup puas (3), kurang puas (2), tidak puas (1).
6.	Lahan Parkir	Lahan parkir luas dan keamanannya terjaga	Sangat puas (5), puas (4), cukup puas (3), kurang puas (2), tidak puas (1).
7.	Kantin UMKM	Menyajikan menu makanan dan minuman untuk wisatawan	Sangat puas (5), puas (4), cukup puas (3), kurang puas (2), tidak puas (1).
8.	Musholla	Sarana bagi wisatawan muslim untuk beribadah	Sangat puas (5), puas (4), cukup puas (3), kurang puas (2), tidak puas (1).
9	Toilet	Sarana untuk buang air kecil atau besar	Sangat puas (5), puas (4), cukup puas (3), kurang puas (2), tidak puas (1).

C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan di Pantai Keduwarna, Desa Way Urang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Pemilihan lokasi ini secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa objek wisata ini memiliki daya jual seperti pemandangan yang indah, pasir pantai yang unik, dan memiliki banyak fasilitas yang dapat menunjang kegiatan wisata. Penelitian dilakukan pada bulan Januari 2024. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah metode yang tidak memberikan peluang yang setara kepada setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan melalui pengambilan sampel yang bersifat kebetulan (*accidental sampling*). Secara sederhana, siapapun yang secara kebetulan berinteraksi dengan peneliti dapat dijadikan sampel, asalkan orang tersebut dianggap sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2012).

Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah wisatawan yang telah mengunjungi Pantai Keduwarna setidaknya satu kali, dan bersedia sebagai responden dalam penelitian. Responden yang akan terlibat dalam penelitian ini adalah mereka yang telah mengunjungi Pantai Keduwarna dan berusia minimal 17 tahun. Usia ini dipilih karena pada rentang usia tersebut, responden dianggap mampu melakukan perjalanan wisata secara mandiri dan memiliki kewenangan untuk membuat keputusan tanpa terlalu dipengaruhi oleh orang dewasa. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan analisis tradisional konjoin (Orme, 2010), di mana:

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah sampel} &= (\text{level} - \text{atribut} + 1) \times 5 \\
 &= (10 - 4 + 1) \times 5 \\
 &= 7 \times 5 \\
 &= 35 \text{ responden}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel diperoleh jumlah responden pada penelitian Preferensi dan Kepuasan Wisatawan Pantai keduwarna yaitu sebanyak 35 orang.

D. Jenis dan Metode Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara apapun. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 35 wisatawan yang telah berkunjung ke Pantai Keduwarna, dan data kunjungan yang diperoleh dari pengelola Pantai Keduwarna. Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang merupakan data yang sudah diterbitkan yang berupa buku, jurnal, penelitian sebelumnya, dan sumber lain yang relevan dengan variabel dan topik penelitian ini. Data sekunder ini digunakan untuk mendukung penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui pembagian kuesioner kepada wisatawan yang memenuhi kriteria tertentu.

E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Sebuah penelitian memerlukan alat atau instrumen yang diperlukan. Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah instrumen yang digunakan tersebut valid atau tidak dengan menggunakan alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner. Atribut-atribut dalam kuesioner dapat menggambarkan situasi sebenarnya dari responden yang sedang diidentifikasi. (Ariyanti dkk, 2013).

Uji validitas ini dilakukan dengan mengkorelasikan setiap skor indikator dengan keseluruhan skor terhadap variabel induk. Dengan membandingkan *output corrected item total correlation* (r-hitung) dengan nilai r-tabel pada $df = n-2$ yang di mana merupakan sampel dan standar uji dengan $\alpha = 5\%$. Pengujian validitas ini dilakukan melalui perangkat lunak SPSS versi 22 untuk *windows*, dengan pedoman sebagai berikut :

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

- c. Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*.

Langkah-langkah dalam pengujian validitas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Mengidentifikasi secara operasional konsep yang akan diukur.
- Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden (minimal 30 orang).
- Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- Menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Indeks validitas

n = Jumlah populasi

X = Skor masing-masing pertanyaan

Y = Skor total

Jika nilai r hitung melebihi nilai r tabel pada tingkat signifikansi (α) 0,05, maka pernyataan dalam kuesioner dianggap valid dan menunjukkan adanya konsistensi internal dalam pernyataan tersebut, sehingga kuesioner dapat diandalkan sebagai alat pengukuran yang konsisten dan bebas dari kesalahan pengukuran.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana instrumen dapat memberikan pengukuran yang konsisten dan stabil dari waktu ke waktu terhadap apa yang diukur (Nurgiyantoro, 2012). Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana variabel yang diukur melalui kumpulan pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten dan dapat diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat atau taraf signifikansi yang dapat berkisar antara 0,5 hingga 0,7, sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika r-alpha positif dan lebih besar dari r-tabel maka pernyataan tersebut reliabel.
- b. Jika r-alpha negatif dan lebih kecil dari r-tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel.
 - 1) Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ maka reliabel
 - 2) Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$ maka tidak reliabel (Priyatno, 2013)

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Perhitungan hasil uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan melibatkan 35 sampel. Uji validitas dilakukan dengan *Corrected Item dan Total Correlation*.

Sedangkan, uji reliabilitas dilakukan dengan *Cronbach's Alpha*. Atribut yang digunakan yaitu mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan wisatawan Pantai Keduwarna. Hasil uji validitas dari tingkat kepentingan wisatawan Pantai Keduwarna dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan wisatawan Pantai Keduwarna

Atribut	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Pemandangan pasir pantai	,387	,811
Spot foto buatan	,526	
Fotografi	,575	
Berkuda	,417	
<i>Camping</i>	,613	
Jembatan	,411	
Akses Jalan	,422	
Gazebo	,445	
Lahan Parkir	,439	
Kantin UMKM	,383	
Toilet	,468	
Musholla	,483	

Tabel 4 menunjukkan bahwa pertanyaan dari setiap atribut kepentingan adalah valid karena nilai *Corrected Item* dan *Total Correlation* $> 0,3494$. Variabel atribut dapat dinyatakan valid apabila nilai *Corrected Item-Total Correlattion* $> 0,3494$ dan dinyatakan tidak valid apabila nilai *Corrected Item-Total Correlattion* $< 0,3494$ (Sugiyono, 2013). Adapun nilai *Cronbach's Alpha* dari wisatawan Pantai Keduwarna sebesar 0,802 sehingga nilai tersebut lebih besar dari nilai standar reliabel yaitu 0,6. Kemudian, hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepuasan wisatawan Pantai Keduwarna dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji validitas dan reliabilitas tingkat kepuasan wisatawan Pantai Keduwarna

Atribut	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Pemandangan pasir pantai	,547	,895
Spot foto buatan	,703	
Fotografi	,591	
Berkuda	,630	
<i>Camping</i>	,665	
Jembatan	,703	
Akses Jalan	,567	
Gazebo	,470	
Lahan Parkir	,501	
Kantin UMKM	,747	
Toilet	,597	
Musholla	,612	

Tabel 5 menunjukkan nilai *Corrected Item* dan *Total Correlation* dari setiap masing-masing atribut memiliki nilai $> 0,3494$, yang berarti data dari kuesioner tingkat kepuasan bersifat valid. Nilai *Cronbach's Alpha* dari tingkat kepuasan wisatawan memiliki nilai sebesar 0,897. Artinya, nilai tersebut lebih dari nilai standar reliabel yang biasa digunakan yaitu 0,6 berdasarkan teori Priyatno (2013). Berdasarkan hasil pengujian tersebut, maka tingkat kepuasan pada seluruh atribut dapat dianalisis lebih lanjut.

F. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menginvestigasi situasi, kondisi, atau faktor-faktor yang telah dirujuk sebelumnya, dengan hasil temuan yang nantinya dijelaskan dalam format laporan penelitian (Suhaemin dan Arikunto, 2013). Analisis deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang hasil observasi mengenai atribut yang terdapat di Pantai Keduwarna. Metode analisis deskriptif adalah metode penelitian yang melibatkan analisis data dengan cara menggambarkan data yang ditemukan sebagaimana adanya, tanpa melakukan kesimpulan umum terhadap variabel yang sedang dipelajari. Atribut yang diidentifikasi pada objek wisata Pantai Keduwarna terdiri dari 4A, yaitu Atraksi (pemandangan pasir pantai, dan spot foto buatan), Aktivitas (fotografi, berkuda, dan *camping*), Aksesibilitas (jembatan, dan akses jalan), dan Amenitas (gazebo, lahan parkir, dan kantin UMKM). Metode ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran dan keterangan mengenai atribut yang terdapat di Pantai Keduwarna.

2. Analisis Konjoin

Tujuan kedua yaitu preferensi wisatawan objek wisata Pantai Keduwarna dianalisis menggunakan metode analisis konjoin. Analisis konjoin adalah metode untuk menilai bagaimana konsumen menilai produk tertentu berdasarkan atribut-atribut yang dimilikinya (Sumargo dan Wardoyo, 2008). Tujuan analisis konjoin adalah untuk memahami bagaimana persepsi seseorang terhadap suatu objek, yang terdiri dari berbagai atribut. Hasil utama dari analisis konjoin adalah desain produk, layanan, atau objek yang diinginkan oleh sebagian responden. Langkah-langkah untuk menganalisis konjoin sebagai berikut:

a. Merumuskan masalah

Sebagai peneliti, penting untuk mengidentifikasi atribut beserta tingkatannya yang akan digunakan untuk membentuk stimulus. Level atribut menunjukkan nilai yang diperhitungkan oleh atribut. Atribut yang dipilih harus memiliki tingkat signifikansi yang tinggi dalam memengaruhi preferensi dan pilihan wisatawan. Menurut teori atribut pariwisata (Ross, 1998), ada 5 atribut yang dapat dipertimbangkan, yakni atraksi wisata, aktivitas wisata, aksesibilitas, amenitas, dan cinderamata. Namun, dalam penelitian ini, hanya 4 atribut digunakan, yaitu atraksi, aktivitas, aksesibilitas, dan amenitas. Atribut cinderamata tidak diperlukan karena di Pantai Keduwarna tidak terdapat cinderamata

b. Penentuan level atribut

Setiap atribut Pantai Keduwarna yang terpilih, beberapa level telah ditentukan, minimal dua level. Informasi lebih lanjut mengenai level-level ini dapat ditemukan dalam Tabel 6.

Tabel 6 menunjukkan bahwa terdapat atribut 4A yaitu Atraksi, Aktivitas, Aksesibilitas, dan Amenitas yang masing-masing memiliki level atribut. Atribut Atraksi memiliki level atribut pemandangan pasir pantai dan spot foto buatan. Atribut Aktivitas memiliki level atribut fotografi, berkuda, dan *camping*. Atribut Aksesibilitas memiliki level atribut jembatan dan akses jalan. Atribut Amenitas memiliki level atribut gazebo, lahan parkir, dan kantin UMKM.

c. Pembentukan Stimulus

Kombinasi yang dihasilkan oleh 4 atribut dan level yaitu berjumlah 36 ($2 \times 3 \times 2 \times 3$). Namun, untuk memudahkan evaluasi wisatawan, kombinasi ini disederhanakan melalui prosedur orthogonal. Prosedur orthogonal tersedia pada perangkat lunak SPSS. Kombinasi yang diperoleh tertera pada Tabel 7.

Tabel 6. Level atribut Pantai Keduwarna

No.	Atribut	Level	Keterangan
1	Atraksi	Pemandangan pasir pantai	Pemandangan pasir pantai yang memiliki dua warna
		Spot foto buatan	Banyak spot foto buatan yang dapat menunjang hasil fotografi wisatawan
2	Aktivitas	Fotografi	Wisatawan mengabadikan momen saat menikmati suasana pantai
		Berkuda	Menyewa kuda untuk menyusuri pantai
		<i>Camping</i>	Berkemah di sekitar area pantai dan menikmati momen bersama keluarga atau teman
3	Aksesibilitas	Jembatan	Jembatan sebagai jalan utama yang digunakan wisatawan untuk masuk ke wilayah pantai
		Akses jalan	Akses jalan yang mudah dilalui oleh wisatawan
4	Amenitas	Gazebo	Tempat bersantai dan berkumpul bersama
		Lahan parkir	Lahan parkir yang luas untuk parkir kendaraan wisatawan
		Kantin UMKM	Menyajikan menu makanan dan minuman untuk wisatawan

Tabel 7. Kombinasi prosedur orthogonal

	Atribut				
	Atraksi	Aktivitas	Aksesibilitas	Amenitas	Stimuli
Spot foto buatan	Fotografi	Jembatan	Lahan parkir		1
Pemandangan pasir pantai	Fotografi	Jembatan	Gazebo		2
Spot foto buatan	Berkuda	Jembatan	Kantin UMKM		3
Pemandangan pasir pantai	Berkuda	Akses jalan	Lahan parkir		4
Pemandangan pasir pantai	Berkuda	Jembatan	Gazebo		5
Pemandangan pasir pantai	<i>Camping</i>	Jembatan	Kantin UMKM		6
Spot foto buatan	<i>Camping</i>	Akses jalan	Gazebo		7
Pemandangan pasir pantai	Fotografi	Akses jalan	Kantin UMKM		8
Pemandangan pasir pantai	<i>Camping</i>	Jembatan	Lahan parkir		9

Tabel 7 menunjukkan hasil kombinasi prosedur orthogonal yang diperoleh dari SPSS dengan jumlah 9 kombinasi yang nantinya akan dinilai oleh wisatawan berdasarkan preferensi mereka. Kombinasi pertama yaitu spot foto buatan, fotografi, jembatan, dan lahan parkir. Kombinasi yang terakhir yaitu pemandangan pasir pantai, *camping*, jembatan, dan lahan parkir

3. *Customer Satisfaction Index*

Analisis *customer satisfaction index* (CSI) digunakan untuk menganalisis tujuan yang ketiga. Metode ini merupakan metode pengukuran yang mengevaluasi hubungan antara konsumen dengan sebuah merek atau produk. Metode ini juga digunakan untuk menilai seberapa puas konsumen terhadap suatu produk atau layanan, sehingga memberikan gambaran mengenai apakah ada kemungkinan pelanggan akan beralih ke produk atau layanan lain jika terjadi perubahan, baik itu dalam hal harga, layanan, atau atribut lain yang dapat meningkatkan biaya produk tersebut. Selain itu, CSI juga bertujuan untuk mengembangkan program pemasaran yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan Pantai Keduwarna. Terdapat beberapa atribut yang akan diteliti tingkat kepuasannya yaitu pemandangan pantai, spot foto buatan, jembatan, akses kendaraan, gazebo, lahan parkir, kantin UMKM, toilet dan musholla. Penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat dilihat pada Tabel 8.

Langkah dalam penilaian CSI, yaitu:

- a. Menghitung *Weighting factor* (WF), Merubah nilai rata-rata kepentingan ke dalam bentuk persentase dari total rata-rata tingkat kinerja pada semua atribut, dengan total persentase sebesar 100%. *Weighting Factor* merupakan suatu fungsi yang menghitung persentase dari rata-rata skor kepentingan (RSP-i) pada setiap atribut, relatif terhadap total rata-rata skor kepentingan (RSP-i) untuk semua atribut yang akan diuji.

b. Langkah menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI):

1) Menghitung *Weighted Score* (WS)

$$\text{Weighted Score} = \text{RSK} \times \text{WF} \dots \dots \dots (1)$$

2) Menghitung *Weighted Total* (WT), menyatakan semua *Weighted Score* (WS) dengan semua atribut produk.

3) Menghitung indeks kepuasan konsumen, yaitu *Weighted Total* (WT) dibagi dengan skala maksimal (*Highest Scale/HS*), yaitu skala likert 5 dikali 100%.

$$\text{CSI} = \frac{\text{WT}}{\text{HS}} \times 100\% \dots \dots \dots (2)$$

Tabel 8. Skor tingkat kepentingan dan tingkat kinerja

	Kriteria jawaban	Skor (nilai)
Skor tingkat kepentingan (<i>Importance</i>)	Sangat tidak penting	1
	Tidak penting	2
	Cukup penting	3
	Penting	4
	Sangat penting	5
	Kriteria jawaban	Skor (nilai)
Skor tingkat kinerja (<i>Performance</i>)	Sangat tidak puas	1
	Tidak puas	2
	Cukup puas	3
	Puas	4
	Sangat puas	5

Sumber: Supranto, 2006

Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dipaparkan dalam kriteria tingkat kepuasan konsumen pada Tabel 9.

Tabel 9. Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis CSI

Angka Indeks	Interpretasi
0,00 – 0,20	Sangat Tidak Puas
0,21 – 0,40	Tidak Puas
0,41 – 0,60	Cukup Puas
0,61 – 0,80	Puas
0,81 – 100	Sangat Puas

Sumber: Supranto (2006)

4. *Importance Performance Analysis*

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana kinerja atribut-atribut tertentu mencapai tingkat kepentingan yang diharapkan oleh konsumen. Analisis kinerja berfokus pada sejauh mana kepentingan pelanggan terhadap produk atau jasa berkualitas tinggi tercermin dalam tindakan yang perlu diambil oleh pengelola (Rangkuti, 2006).

Metode analisis menggunakan IPA, atribut-atribut dikelompokkan ke dalam empat kuadran, di mana Kuadran (I) menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi kinerjanya masih kurang memuaskan. Kuadran (II) Pertahankan Prestasi yaitu atribut yang dianggap penting dan kinerja atribut tersebut sudah baik dan harus dipertahankan. Kuadran (III) Prioritas Rendah menggambarkan situasi di mana atribut-atribut dianggap kurang penting oleh konsumen, dan pengelola tidak melaksanakannya dengan baik dalam kenyataannya. Kuadran (IV) Berlebihan mencerminkan kondisi di mana atribut-atribut dianggap kurang penting oleh konsumen, dan pada realitanya, pengelola juga tidak melaksanakannya dengan baik. Pemetaan ini dilakukan dengan merujuk pada nilai rata-rata skor tingkat kepentingan dan rata-rata skor tingkat kinerja dari atribut-atribut yang sedang diteliti.

Menurut Lupiyoadi dan Bramulya (2015), langkah-langkah dalam melakukan analisis IPA yaitu sebagai berikut:

- a. Konsumen mengevaluasi atribut berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja,
- b. Skor kepentingan dan kinerja yang telah diperoleh dicantumkan ke dalam kuadran yang ada, yaitu: Kuadran (I) Prioritas Utama, Kuadran (II) Pertahankan Prestasi, Kuadran (III) Prioritas Rendah, dan Kuadran (IV) Berlebihan.

Seluruh hasil penilaian dimasukkan ke dalam salah satu dari kuadran yang terdapat dalam diagram kartesius (Rangkuti, 2006), seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 5.



Gambar 5. Diagram kartesius, Rangkuti (2006).

Keterangan:

X = Tingkat kinerja (*Performance*)

Y = Tingkat kepentingan (*Importance*)

Batas-batas wilayah Kabupaten Lampung Selatan sebagai berikut:

1. Sebelah Utara dengan Kabupaten Lampung Tengah dan Lampung Timur.
2. Sebelah Selatan dengan Selat Sunda.
3. Sebelah Timur dengan Laut Jawa.
4. Sebelah Barat dengan Kabupaten Pesawaran dan Kota Bandar Lampung (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan, 2023).

Kabupaten Lampung Selatan memiliki wilayah dataran tinggi dan dataran rendah. Ketinggian wilayah di Kabupaten Lampung Selatan beragam antara 1,2 mdpl - 102 mdpl. Kabupaten Lampung Selatan memiliki beberapa gunung, yang tertinggi adalah Gunung Rajabasa dengan ketinggian 1.281 mdpl. Kabupaten Lampung Selatan dialiri oleh beberapa sungai yang dimanfaatkan untuk mengairi sawah irigasi. Sungai – sungai tersebut antara lain adalah Sungai Way Sekampung, Way Jelai, Way Ketibung, Way Pisang, dan Way Gatal (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan, 2023).

Jumlah penduduk Kabupaten Lampung Selatan pada tahun 2022 adalah sebanyak 1.081.112 jiwa dengan susunan penduduk laki-laki sebanyak 552.650 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 528.462 jiwa. Besarnya rasio jenis kelamin penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan yaitu sebesar 104,58. Dalam kurun waktu 2021 – 2022, laju pertumbuhan penduduk Kabupaten Lampung Selatan sebesar 0,90 %. Tingkat kepadatan penduduk Kabupaten Lampung Selatan pada tahun 2022 mencapai 512,44 jiwa/km² dengan penyebaran masih belum merata antar kecamatan. Kepadatan penduduk pada 17 kecamatan di Kabupaten Lampung Selatan cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di Kecamatan Natar dengan kepadatan sebanyak 771 jiwa/km² dan terendah di Kecamatan Rajabasa sebanyak 253 jiwa/km² (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan, 2023).

B. Keadaan Umum Pantai Keduwarna

Pantai Keduwarna terletak di Desa Way Urang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Pantai ini terkenal dengan keindahan alamnya yang memukau dengan hamparan pasir putih yang luas. Pantai Keduwarna pada awalnya merupakan pantai yang masih alami dan jarang dikunjungi wisatawan. Tahun 2018, Pantai Keduwarna mulai dikembangkan menjadi destinasi wisata. Berbagai fasilitas seperti gazebo, toilet, dan warung makan didirikan. Akses jalan menuju pantai juga diperbaiki untuk memudahkan wisatawan. Akhir tahun 2018, Pantai Keduwarna terkena dampak tsunami Selat Sunda. Peristiwa ini menyebabkan kerusakan pada beberapa fasilitas di pantai. Sejak diterjang tsunami, Pantai Keduwarna mulai dikelola oleh Ibu Propina Weni Pamungkas dan Bapak Sendi Arta. Pantai ini berhasil dipulihkan dan dikembangkan untuk umum sehingga membuahkan hasil. Pantai Keduwarna mulai populer di kalangan wisatawan lokal dan mancanegara. Keindahan alamnya yang masih alami, suasana yang tenang, dan berbagai fasilitas yang memadai menjadi daya tarik utama pantai ini. Nama "Kedu Warna" berasal dari cerita tentang pohon kedu yang tumbuh subur di sepanjang pantai. Pohon-pohon ini memiliki daun yang berwarna-warni, sehingga menjadi ciri khas dan memberikan pesona magis pada pantai. Cerita ini diwariskan turun-temurun dan telah menjadi bagian dari identitas serta cerita rakyat masyarakat setempat.

Pantai Keduwarna mudah diakses dari berbagai daerah di Lampung, tergantung dari lokasi awal keberangkatan. Jaraknya sekitar 25 kilometer dari Kota Bandar Lampung dan 15 kilometer dari Kota Kalianda. Jika berangkat melalui jalan tol maka dapat keluar di gerbang tol Kalianda dan menempuh waktu ± 45 menit. Selain itu, untuk menuju ke Pantai Keduwarna ini dapat melewati jalan lintas, namun jika melewati jalan lintas dari Kota Bandar Lampung waktu yang ditempuh untuk sampai ke objek wisata ini memakan waktu $\pm 1,5$ jam. Wisatawan dapat menggunakan kendaraan pribadi atau kendaraan umum untuk mencapai pantai ini serta dapat menggunakan

aplikasi peta (*google maps*). Peta lokasi Pantai Keduwarna dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Peta lokasi Pantai Keduwarna
Sumber : Google Maps, 2024

Harga tiket masuk ke Pantai Keduwarna masuk dalam kategori terjangkau. Setiap wisatawan akan dikenakan biaya masuk sebesar Rp15.000. Bagi setiap wisatawan yang membawa kendaraan roda empat dikenakan biaya parkir sebesar Rp10.000, dan untuk kendaraan roda dua tidak dikenakan biaya. Fasilitas yang disediakan oleh Pantai Keduwarna adalah lahan parkir, musholla, gazebo, toilet, sewa kuda, area *camping*, kantin UMKM yang menawarkan makanan dan minuman yang beragam.

C. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang terdapat di Pantai Keduwarna menggunakan model organisasi garis (*line or military organization*). Tugas dan tanggung jawab bagian organisasi yaitu sebagai berikut:

1. Pemilik

Pemilik bertugas dalam menyusun visi, misi, serta tujuan objek wisata, mengembangkan rencana bisnis dan strategi pemasaran serta merancang dan membangun infrastruktur Pantai Keduwarna.

2. Manajer

Manajer bertugas untuk memastikan pengelolaan yang efektif dan pengembangan yang berkelanjutan, melaksanakan tugas kerja sesuai dengan yang di arahkan direktur, berkoordinasi dengan seluruh unit kerja atau divisi yang menjadi tanggung jawabnya, dan berinteraksi dengan komunitas serta wisatawan.

3. Pemasaran

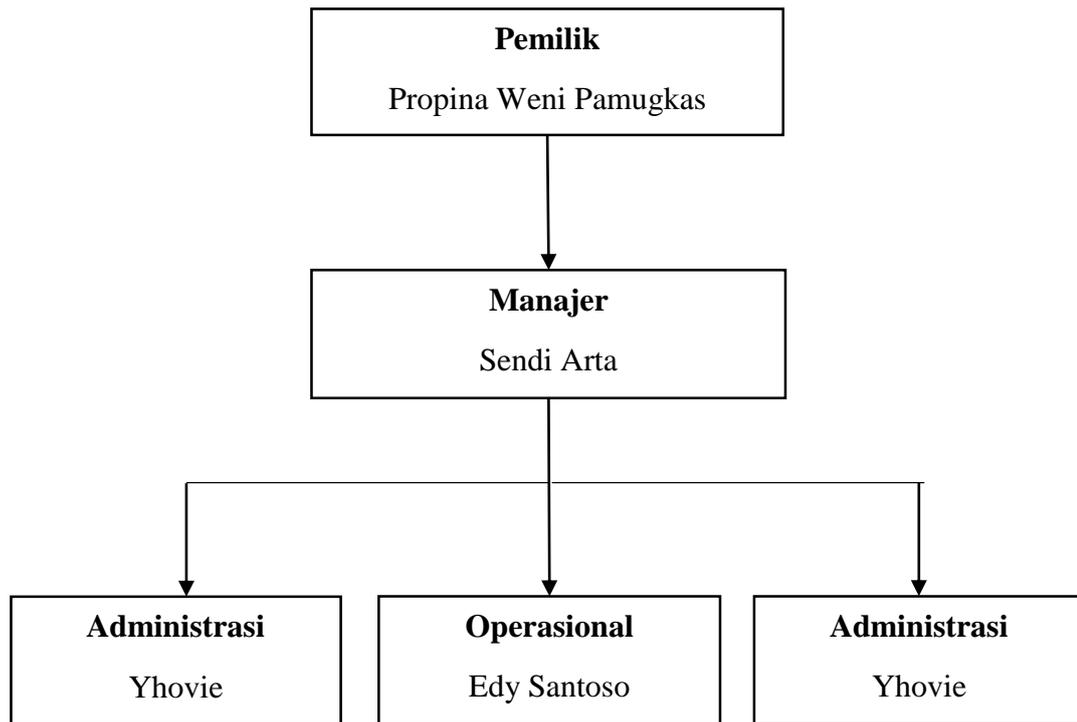
Bagian pemasaran bertugas untuk mempromosikan dan meningkatkan daya tarik objek wisata.

4. Administrasi

Bagian administrasi bertugas untuk mencatat semua arus keuangan, merinci dan menyajikan laporan keuangan Pantai Keduwarna.

5. Operasional

Tugas operasional pada Pantai Keduwarna mencakup berbagai kegiatan sehari-hari yang diperlukan untuk menjaga operasional yang lancar dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan. Struktur organisasi dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Struktur Organisasi Pantai Keduwarna

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan dari penelitian di Pantai Keduwarna antara lain :

1. Atribut yang paling disukai wisatawan yaitu aktivitas dengan nilai kepentingan 38,575. Kombinasi atribut yang paling disukai wisatawan Pantai Keduwarna berdasarkan preferensi wisatawan adalah pemandangan pasir pantai, fotografi, jembatan, dan gazebo yang merupakan level dengan nilai kegunaan tertinggi pada setiap atribut.
2. Kepuasan wisatawan terhadap Objek Wisata Pantai Keduwarna berada pada kategori sangat puas dengan nilai CSI sebesar 83,96 persen. Wisatawan merasa sangat puas dengan atribut yang terdapat pada Pantai Keduwarna dengan skor atribut tertinggi adalah lahan parkir.
3. Berdasarkan hasil analisis IPA, atribut yang harus ditingkatkan kinerjanya adalah jembatan. Atribut yang harus dipertahankan kinerjanya adalah pemandangan pasir pantai, akses jalan, gazebo, lahan parkir, musholla, dan toilet.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Pengelola wisata diharapkan untuk meningkatkan kualitas atribut yang tidak disukai oleh wisatawan dengan melakukan inovasi. Selain itu, pengelola wisata diharapkan dapat mempertahankan kualitas atribut yang

disukai oleh wisatawan seperti pemandangan pasir pantai, musholla, akses jalan, lahan parkir, toilet, dan gazebo dengan merawat dan memperbarui atribut tersebut. Hal ini diharapkan dapat membantu Pantai Keduwarna untuk memaksimalkan kinerjanya dalam melayani wisatawan dengan lebih baik.

2. Pemerintah diharapkan mampu memberikan dukungan lebih terhadap objek wisata seperti memperhatikan akses jalan ke objek wisata. Meskipun akses jalan sudah baik namun jika terdapat jalan yang rusak diharapkan pemerintah mampu memperbaiki akses jalan agar tidak mengganggu kelancaran aktivitas wisatawan.
3. Kepuasan wisatawan dapat mempengaruhi loyalitas wisatawan. Peneliti lain disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan fokus menganalisis bagaimana loyalitas wisatawan terhadap Pantai Keduwarna.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, A., Verawati, D. M., & Hutajulu, D. M. 2024. Evaluasi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata dengan Importance-Performance Analysis (IPA). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 250-261.
- Adiguna, M. K., Amani, H., & Tripiawan, W. 2020. Preferensi Wisatawan terhadap Destinasi Kampung Wisata Tabek Indah Resort di Provinsi Lampung dengan Teknik Analisis *Conjoint*. *eProceedings of Engineering*, 7(1).
- Alamanda, D. T., Ramdhan, A., & Partono, A. P. 2020. Preferensi Wisatawan Nusantara terhadap Komponen Wisata Papandayan Menggunakan Analisis Konjoin. *GEMA PUBLICA: Jurnal Manajemen dan Kebijakan Publik*, 5(1), 27-44.
- Ariyanti, D., Hudoyo, A., & Kasymir, E. 2013. Analisis Tingkat Pelayanan Restoran terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus pada Dua Restoran di Kompleks Pertokoan Way Halim Permai Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 11(2): 118–125.
- Badan Pusat Statistik. 2024. *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan. 2023. *Lampung Selatan dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan. Kalianda.
- Bambang Supriadi, S. E., & Roedjinandari, N. 2017. *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Universitas Negeri Malang. Malang.
- Devy, H.A., & Soemanto, R.B. 2017. Pengembangan Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi Dilema*, 32(1), 34-44.
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. 2022. *Data Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Lampung tahun 2017 – 2022*. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. Bandar Lampung.

- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Lampung Selatan. 2021. *Data Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Lampung Selatan tahun 2016 – 2021*. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Lampung Selatan. Lampung Selatan.
- Dwiputra, R. 2013. Preferensi wisatawan terhadap Sarana Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi. *Jurnal perencanaan wilayah dan kota*, 24(1), 35-48.
- Fandeli, C. 1995. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Faustina, C. 2019. *Analisis Kelayakan Pengembangan Ekowisata pada Kawasan Wisata Alam Sipinsur di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Humbang Hasundutan* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara)
- Fitrianti, S., Ismawati, I., & Sillia, N. 2018. Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Kawasan Wisata Lembah Harau. *Jurnal Poli Bisnis*, 7(1).
- Gantini, K.D., Setiyorini, H.D. 2012. Pengaruh Revitalisasi Produk Wisata terhadap Preferensi Mengunjungi Lembah Bougenville Resort (Survei pada Pengunjung Lembah Bougenville Resort Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat). *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*. 2(2):387–406.
- Google Maps. 2024. *Objek Wisata Pantai Keduwarna*. <https://maps.app.goo.gl/6TiQAZe4piiXQ2hQ9>. Diakses pada 3 September 2024.
- Guleria, S. 2016. Understanding the Importance of Study of Tourist Behaviour and its Relevance in Growth of Tourism: A Study of Elements Influencing Tourist Behaviour. *Amity Research Journal of Tourism, Aviation and Hospitality*, 1(02), 17-24.
- Green, Paul E. & Krieger, Abba M. 1991. Segmenting Markets with Conjoint Analysis. *Journal of Marketing*, 55(11), 20-31.
- Hadiwijoyo, S. S. 2018. *Perencanaan Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat*. Suluh Media. Yogyakarta.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. 2010. *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. New Jersey, United States of America: Prentice Hall International Inc.

- Hakim, K. R. L. 2022. *Identifikasi Objek Wisata Alam Situ Cileunca Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19* (Doctoral dissertation, Univeristas Komputer Indonesia).
- Hamdani, A. R., & Priatna, A. 2020. Efektifitas Implementasi Pembelajaran Daring (Full Online) Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Jenjang Sekolah Dasar Di Kabupaten Subang. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*. 6(1): 1–9.
- Hanif, A., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. 2016. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 38 No. 1.
- Harkinpal, Singh. 2012. *The Importance of Customer Satisfaction in Relation to Customer Loyalty and Retention Journal*. Kuala Lumpur : Asia Pacific University College of Technology & Innovation Technology Park
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service (CAPS).
- Juvan, E., Omerzel, D. G., & Maravić, M. U. 2017. *Tourist behaviour: An overview of models to date*. In *Management International Conference* (pp. 24-27). Italy: Monastier di Treviso.
- Kanedi, I., Utami, F. H., Zulita, L. N. 2017. Sistem Pelayanan untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung pada Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Kota Bengkulu. *Jurnal Pseudocode*. 4(1): 37-46.
- Kementerian Pariwisata. 2017. *Devisa Negara*.
<http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=5>. Diakses pada tanggal 15 Desember 2023.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2023. Survei Kemenparekraf: 64,5 Persen Wisnus akan Berwisata ke Pantai saat Libur Lebaran 2023.
<https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/survei-kemenparekraf-64-5-persen-wisnus-akan-berwisata-ke-pantai-saat-libur-lebaran-2023> diakses pada tanggal 18 Desember 2023
- Ketut, I. S., & Widyatmaja, I. G. N. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan. Bali.
- Khoirunnisa, N., & Damayanti, V. (2023). Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Taman Kota Ciwidey Yang Dipersepsikan Oleh Pengguna. *Bandung Conference Series: Urban & Regional Planning*, 3(1):50–58.

- Kholil, A. Y., & Mutiara, F. (2022). Kepuasan Pengunjung terhadap Pelayanan di Kusuma Agrowisata Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(3), 883-891.
- Koranti, K., Sriyanto, S., & Lestiyono, S. 2018. Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3).
- Kotler, P., Keller, K. L., Koshy, A., & Jha, M. 2013. *Marketing management: a South Asian perspectives*.
- Kurniawan, N. A., & Febrianti, A. (2022). Usulan peningkatan kualitas pelayanan trans shuttle menggunakan metode importance performance analysis (IPA). *e-Proceeding FTI*.
- Lupiyoadi, R., & Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Marwulandari, R., Wijaya S., S., & Anhar S. 2019. Valuasi Ekonomi Kegiatan Pariwisata di Pantai Cahaya dan Pantai Sendang Sikucing Kendal. *Journal of Maquares*, 8(2):63–69.
- Maula, R. A. 2022. Preferensi Wisatawan Terhadap Ekowisata Mangrove Petengoran Dengan Pendekatan Analisis Konjoin. *Skripsi*. Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis. Universitas Lampung. Lampung.
- Muslim, G. A., & Millanyani, H. 2022. Analisis Preferensi Pemilihan Hotel di Bandung pada Konsumen Usia Produktif. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 550-569.
- Ragavan, N. A., Subramonian, H., & Sharif, S. P. 2014. Tourists' perceptions of destination travel attributes: An application to International tourists to Kuala Lumpur. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 403-411.
- Nurgiyantoro, B. & Gunawan & Marzuki. 2012. *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial (cetakan kelima)*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Nursusanti, B. K. 2005. *Identifikasi Persepsi dan Preferensi Wisatawan terhadap Objek dan Daya Tarik Wisata di Kabupaten Cianjur*. Thesis. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Olson, Jerry C. & Peter J. Paul. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Sembilan*. Salemba Empat. Jakarta.

- Orme, B. 2010. *Getting Started with Conjoint Analysis: Strategies for Product Design, and Pricing Research. Second Edition*. Research Publishing. Massachu.
- Pauwah, Y., Kumurur, V. A., Sela, R. L. E., & Rogi, O. H. A. 2013. Persepsi dan Preferensi Pengunjung terhadap Kawasan Wisata Pantai Malalayang. *Sabua*. 5(1): 16-27.
- Parasto, R. W., Suhendra, A. A., & Tripiawan, W. 2018. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Destinasi Wisata Kota Semarang Dengan Pendekatan Analisis *Conjoint*. *eProceedings of Engineering*, 5(3).
- Permadi, L.A., Darwini, S., Retnowati, W., Wahyulina, S. 2018. Persepsi dan Preferensi Wisatawan Muslim terhadap Sarana dan Prasarana Wisata Halal di Lombok (Studi Kasus Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika). *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*. 4(2): 57–70.
- Priyatno, D. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*. Gava Media. Yogyakarta.
- Purnama, R. A. 2020. *Persepsi Dan Preferensi Pengunjung Terhadap Objek Agrowisata (Studi Kasus: Di Desa Cibodas Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat)* (Doctoral dissertation, Univesitas Komputer Indonesia).
- Puspita, D., Ismail, A., & Burhanuddin, B. 2021. Analisis Kepuasan Pengunjung Program Agroeduwisata Taman Teknologi Pertanian (TTP) Cigombong, Kabupaten Bogor. *In Forum Agribisnis: Agribusiness Forum* 11(2): 109-121.
- Putera, A.H.F., Fachrudin, A., Niken, T.M.P., & Setyo, B.S., 2012. Kajian Keberlanjutan Pengelolaan Wisata Pantai di Pantai Pasir Putih Bira, Bulukumba, Sulawesi Selatan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*. 8(3): 241–254
- Rangkuti, F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia. Jakarta.
- Rossadi, L. N., & Widayati, E. 2018. Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Atraksi Wisata terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 109-116.
- Ross, G. 1998. *Psikologi Pariwisata*. Yayasan Ob. Jakarta

- Safira, T. M., Basuni, S., & Kosmaryandi, N. 2020. Evaluasi Kepuasan Pengunjung dan Kinerja Pengelolaan Wisata Alam Perkemahan Gunung Bunder Taman Nasional Gunung Halimun Salak Jawa Barat. *Media Konservasi*, 25(1):55–63.
- Santoso, S. 2012. Aplikasi SPSS pada Statistik Parametrik. Gramedia. Jakarta.
- Schmoll, G. A. 1977. *Tourism promotion: Marketing background, promotion techniques and promotion planning methods*.
- Silvitiani, K., Yulianda, F., & Siregar, V. P. 2018. Perencanaan Pengembangan Wisata Pantai Berbasis Potensi Sumberdaya Alam Dan Daya Dukung Kawasan Di Desa Sawarna, Banten (Coastal Tourism Development Based on Natural Resources and Carrying Capacity in Sawarna Village, Banten). *Jurnal Manusia Dan Lingkungan*, 24(2), 66-72.
- Singarimbun. 2011. *Metode Penelitian Survai*. LP3ES. Jakarta
- Sitorus, L. O., Murniati, K., & Rangga, K. K. 2020. Sikap dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Sate di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(2), 303-309.
- Soebagyo. 2012. Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Liquidity*, 1(2)
- Sofyan, A. M., & Noor, A. A. (2016). Perancangan Konten Aplikasi Travel Guide Berbasis Android Menggunakan Identifikasi Komponen Pariwisata 6 (Enam) A. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 7, pp. 161-165).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta. Bandung
- Suhaemin, S., & Arikunto, S. 2013. Manajemen perpustakaan di madrasah aliyah negeri Yogyakarta. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 1(2), 252-268.
- Suharto, E. 2020. Analisis Profil Dan Karakteristik Wisatawan Nusantara Asal Jawa Tengah 2019. *Proceeding SENDIU*. 774-780.

- Suherlan, A. 2014. Analisis Karakteristik, Perilaku, dan Motivasi Perjalanan Wisatawan Asal Sulawesi Utara ke Jakarta. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(3).
- Sumargo & Wardoyo. 2008. Analisis Konjoin untuk Penentuan Preferensi Siswa terhadap Atribut Bimbingan Belajar. *Jurnal Mat Stat*, 8(1).
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Memuaskan Pangsa Pasar*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Suryana, A. A. H., & Pamungkas, W. 2018. Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Produk Jasa Wisata Mangrove Di Desa Karangsong Kabupaten Indramayu. *Jurnal Perikanan Kelautan*, 9(2).
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan. Bali.
- Suwena, I. K., Widyatmaja, I. G. N., & Atmaja, M. J. 2017. *Basic knowledge of tourism science*. Pustaka Larasan. Bali.
- Tampubolon, S. L., Simanjuntak, D. W. S., & Simanjuntak, M. 2019. Analisis Kepuasan Wisatawan terhadap Atribut Wisata Menggunakan Metode CSI dan IPA pada Wisata Pemandian di Kabupaten Tapanuli Utara. *Jurnal Sains dan Teknologi: Jurnal Keilmuan dan Aplikasi Teknologi Industri*, 19(2), 141.
- Trecylia, V., Firdasari, & Marlina, L. 2023. Analisis Kepuasan Pengunjung dan Potensi Pengembangan pada Objek Wisata Pantai Mutun di Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Jurnal of Agribusiness Science* 11(3):181-190.
- Undang-Undang No. 10 tahun 2009. *Kepariwisataan*.
<https://www.dpr.go.id/jdih/index/id/527#:~:text=1.,Pasal%20No.&text=Undang%20Undang%20Nomor%2010%20Tahun,bagian%20dari%20hak%20asasi%20manusia>. Diakses pada 15 September 2023.
- Utama, I. G. B. R. 2017. *Pemasaran pariwisata*. Penerbit Andi. Yogyakarta..
- Utami, D. M. 2017. *Analisis Potensi Kawasan Obyek Wisata Pantai Alam Indah dan Pantai Purwahamba Indah di Kota Tegal Jawa Tengah*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

- Wahyuni, I. N., & Tamami, N. D. B. 2021. Preferensi Wisatawan terhadap Destinasi Wisata Pantai Camplong Kabupaten Sampang. *Pamator Journal*. 14(1): 51–60.
- Widiastuti, R. D., & Octavia, D. 2017. Analisis Kepuasan Wisatawan Kota Bandung Berdasarkan Tourism Experience. *eProceedings of Management*, 4(3).
- Wijaya, K. R. A., Liesteandre, H. K., & Saputra, I. G. G. 2021. Preferensi Wisatawan Domestik dalam Memilih Produk Wisata Gastronomi di Kuta Bali: Indonesia. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 9(2), 79-85.
- Wirajuna, B., & Supriadi, B. 2017. Peranan kelompok sadar wisata untuk meningkatkan keamanan wisatawan: Studi Kasus di Jerowaru Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(2), 15.
- Wisnawa, I. M. B., Prayogi, P. A., & Sutapa, I. K. 2021. *Manajemen Pemasaran Pariwisata-Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan*. Yogyakarta. Deepublish.
- Wolah, F.F.C. 2016. Peranan Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Poso. *Jurnal Acta Diurna*. 5(2): 1-11.