

**PERBEDAAN PENILAIAN PENGUNJUNG KELUARGA DAN NON-
KELUARGA TERHADAP ATRIBUT WISATA DAERAH
PERBUKITAN DI BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Muhammad Daffa Nurhanif
2014131065



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRACT

DIFFERENCES IN ASSESSMENT OF FAMILY AND NON-FAMILY VISITORS REGARDING THE ATTRIBUTES OF HILLY AREA TOURISM IN BANDAR LAMPUNG

By

Muhammad Daffa Nurhanif

This research aims to analyze the differences between family visitors and non-family visitors in assessing the importance of the attributes of hilly natural tourism and to rank the importance of these attributes. Additionally, it seeks to analyze which attributes need to be improved and should be maintained in terms of performance. This research uses a survey method by interviewing 35 family visitor respondents and 35 non-family visitor respondents on 16 attributes. The sample selection was conducted by probability sampling. Data analysis is conducted by the Mann-Whitney test and Importance Performance Analysis (IPA). The results of the Mann-Whitney test indicated that there were six differences between family visitors and non-family visitors in assessing the importance attributes. Meanwhile, the five attributes with the highest importance rankings in the assessment based on family visitors were comfort while traveling, scenery, air quality, safety while traveling, and foodcourts. In contrast, the assessment of non-family visitors highlights the five attributes with the highest importance rankings as air quality, scenery, comfort while traveling, tranquility while traveling, and price. Furthermore, the combined results of the IPA analysis on family visitors and non-family visitors concluded that there were five attributes that need to be improved and nine attributes that need to maintain their performance.

Keywords: *Attributes, Family and Non-family, Importance and Performance, and Importance Performance Analysis (IPA).*

ABSTRAK

PERBEDAAN PENILAIAN PENGUNJUNG KELUARGA DAN NON-KELUARGA TERHADAP ATRIBUT WISATA DAERAH PERBUKITAN DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Muhammad Daffa Nurhanif

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan pengunjung keluarga dan pengunjung non-keluarga dalam menilai kepentingan atribut wisata daerah perbukitan dan merangking atribut kepentingan objek wisata daerah perbukitan, serta menganalisisnya untuk mengidentifikasi atribut-atribut apa saja yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan kinerjanya. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mewawancarai 35 sampel responden pengunjung keluarga dan 35 sampel responden pengunjung non-keluarga pada 16 atribut. Pemilihan sampel dilakukan dengan *probability sampling*. Analisis data menggunakan uji *Mann-Whitney* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil uji *Mann-Whitney* menunjukkan bahwa terdapat enam perbedaan antara pengunjung keluarga dan pengunjung non-keluarga dalam menilai atribut kepentingan. Sementara, lima atribut yang mempunyai rangking kepentingan tertinggi pada penilaian berdasarkan pengunjung keluarga yaitu kenyamanan berwisata, pemandangan, kualitas udara, keamanan berwisata, dan *foodcourt*, sedangkan penilaian pengunjung non-keluarga dalam lima atribut yang mempunyai rangking kepentingan tertinggi yaitu kualitas udara, pemandangan, kenyamanan berwisata, ketenangan berwisata, dan harga. Selanjutnya, hasil gabungan analisis IPA pada pengunjung keluarga dan IPA pada pengunjung non-keluarga menyimpulkan bahwa ada lima atribut yang perlu ditingkatkan dan sembilan atribut yang perlu dipertahankan kinerjanya.

Kata kunci: Atribut, Pengunjung Keluarga dan Pengunjung Non-Keluarga, *Importance Performance Analysis (IPA)*, dan Kepentingan dan Kinerja.

**PERBEDAAN PENILAIAN PENGUNJUNG KELUARGA DAN NON-
KELUARGA TERHADAP ATRIBUT WISATA DAERAH
PERBUKITAN DI BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Muhammad Daffa Nurhanif

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 : **PERBEDAAN PENILAIAN PENGUNJUNG
KELUARGA DAN NON-KELUARGA TERHADAP
ATRIBUT WISATA DAERAH PERBUKITAN
DI BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Daffa Nurhanif**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2014131065**

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**



MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to be "A. Hudoyo", written over the left side of the Universitas Lampung logo.

Ir. Agus Hudoyo, M.Sc., Ph.D.
NIP 196008181986101001

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Y. Indriani", written over the right side of the Universitas Lampung logo.

Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc.
NIP 196106221985032004

2. **Ketua Jurusan**

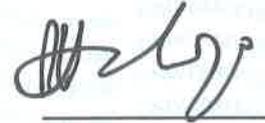
A handwritten signature in black ink, appearing to be "T. Endaryanto", written below the text "Ketua Jurusan".

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

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Ir. Agus Hudoyo, M.Sc., Ph.D.



Sekretaris : Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc.



Anggota : Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S.



2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP. 1964/1181989021002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 31 Oktober 2024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Daffa Nurhanif

NPM : 2014131065

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

“PERBEDAAN PENILAIAN PENGUNJUNG KELUARGA DAN NON-KELUARGA TERHADAP ATRIBUT WISATA DAERAH PERBUKITAN DI BANDAR LAMPUNG”

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, 31 Oktober 2024



Muhammad Daffa Nurhanif

NPM 2014131065

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 15 Januari 2003, sebagai anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Bambang Nurrochim dan Ibu Amin Lestari. Penulis telah menempuh Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDS Hang Tuah 4 pada tahun 2014, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 161 Jakarta pada tahun 2017, dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 32 Jakarta 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 Cikeas Udik, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat pada tahun 2021. Penulis melaksanakan praktik umum di Rumah Semai Hely Seedling Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah selama 30 hari kerja efektif pada bulan Juli hingga Agustus 2023. Selanjutnya pada bulan Januari hingga Februari 2024 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Darussalam, Kecamatan Gunung Alip, Kabupaten Tanggamus selama 40 hari. Semasa kuliah, penulis juga aktif sebagai anggota bidang 2 yaitu Pengkaderan dan Pengabdian Masyarakat di Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) Fakultas Pertanian Universitas Lampung periode tahun 2020 hingga tahun 2022 dan sebagai ketua umum di Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) Fakultas Pertanian Universitas Lampung periode tahun 2023.

SANWACANA

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Perbedaan Penilaian Pengunjung Keluarga dan Non-Keluarga Terhadap Atribut Wisata Daerah Perbukitan di Bandar Lampung”**. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya 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. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc. Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Pertama dan Dosen Pembimbing Akademik, atas ketulusan hati dan kesabaran selama memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasihat, arahan, dan bimbingan dari awal hingga akhir proses penyelesaian skripsi.
5. Dr. Ir. Yaktiwo Indriani, M.Sc. selaku 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 ini.
6. Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S. selaku Dosen Penguji atas saran dan arahan yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi.

7. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis Universitas Lampung untuk semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswi di Universitas Lampung.
8. Seluruh staff di Jurusan Agribisnis Universitas Lampung, Mba Iin, Mba Lucky, Mas Boim, Pak Bukhari atas semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
9. Manajer Pemasaran Kak Anggi yang memberikan izin untuk melakukan penelitian dan memberikan bantuan terkait data dan informasi yang dibutuhkan guna menyelesaikan skripsi ini.
10. Teristimewa kedua orang tua penulis tercinta, Bapak tercinta Bambang Nurrochim dan Ibu tersayang Amin Lestari yang selalu memberikan restu, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi nasihat, saran, dan doa yang tak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
11. Kakak tercantik Alya Nabila Nurrahma yang selalu memotivasi, menemani dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Keluarga besar penulis yang telah memberikan semangat, motivasi, doa, dukungan dan perhatian selama ini kepada penulis.
13. Teman-teman Sibuk Bener, Soleh, Ale, Lae, Dzawin, Cekut kobra yang membantu memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi
14. Kepada Arviya Ika Mutiara Putri terima kasih banyak telah menjadi tempat berkeluh kesah, memberikan banyak bantuan, motivasi, dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
15. Teman seperbimbingan dan seperjuangan, Gumay, Juneri, Fiona, Eka, Shella, April, untuk kebersamaan selama bimbingan serta bantuan yang diberikan kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini.
16. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2020, yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas bantuan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, canda tawa dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
17. Keluarga besar Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, cerita, kebersamaan, semangat, motivasi serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama kuliah di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.

18. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
19. *Last but not least, I want to thanks me for believing in me, I want to thank me for doing all this hard work, I want to thank me for always being a giver and trying to give more than I receive, I want to thank me for trying to do more rights than wrong, I want to thank me for just being me at all times.*

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 sempurna, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 31 Oktober 2024
Penulis

Muhammad Daffa Nurhanif

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Pariwisata	7
2.1.2 Atribut Tempat Wisata.....	7
2.1.3 Kepuasan Pengunjung.....	8
2.1.4 Uji <i>Mann-Whitney</i>	9
2.1.5 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	9
2.1.6 Pengunjung Keluarga dan Non-Keluarga	10
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	11
2.3 Kerangka Pemikiran	15
III. METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Metode, Lokasi, dan Waktu Penelitian	18
3.2 Konsep Dasar dan Batasan Operasional	18
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i>	24
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	26
3.5.1 Uji Validitas	26
3.5.2 Uji Reliabilitas	29
3.6 Metode Analisis Data	30
3.6.1 Uji <i>Mann-Whitney</i>	31
3.6.2 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	31
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
4.1.1 Letak Geografis	35

4.1.2 Kondisi Iklim	36
4.1.3 Kondisi Demografis	36
4.2 Keadaan Umum Wisata Bukit XX.....	37
4.2.1 Sejarah Wisata Bukit XX.....	37
4.2.2 Visi Misi.....	38
4.2.3 Pengelolaan Wisata Bukit XX	39
4.3 Karakteristik Responden.....	40
4.3.1 Jenis Kelamin dan Usia Responden	40
4.3.2 Pekerjaan dan Tingkat Pendidikan.....	41
4.3.3 Jarak Tempuh dan Alat Transportasi	42
4.3.4 Waktu Tempuh dan Alat Transportasi	43
4.3.5 Jumlah Kunjungan dan Pendapatan	45
4.4 Perbedaan Penilaian Atribut Kepentingan.....	47
4.5 Perbedaan Perangkingan Atribut Kepentingan.....	50
4.6 Important Performance Analysis (IPA)	51
4.6.1 Prioritas Utama dan Pertahankan Prestasi (Kuadran I dan II)	54
4.6.2 Prioritas Rendah (Kuadran III).....	71
4.6.3 Berlebihan (Kuadran IV).....	72
V. KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Pembagian waktu wawancara	25
2. Hasil uji validitas uji pertanyaan tingkat kepentingan	28
3. Hasil uji validitas uji pertanyaan tingkat kinerja.....	29
4. Nilai skor tingkat kepentingan dan kinerja atribut.....	30
5. Sebaran responden berdasarkan usia dan jenis kelamin responden	41
6. Sebaran responden berdasarkan pekerjaan dan tingkat pendidikan terakhir ..	42
7. Sebaran responden berdasarkan jarak tempuh dan alat transportasi	43
8. Sebaran responden berdasarkan waktu tempuh dan alat transportasi	44
9. Karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan dan pendapatan	46
10. Skor penilaian atribut kepentingan	47
11. Skala interval tingkat kepentingan	48
12. Sebaran perangkungan atribut kepentingan	51
13. Skor penilaian atribut kinerja	52
14. Analisis atribut hasil diagram IPA keluarga dan non-keluarga	55
15. Analisis atribut hasil diagram IPA pada kuadran IV	72
16. Penelitian Terdahulu	81
17. Data uji validitas atribut kepentingan	91
18. Data uji validitas atribut kinerja	92
19. Hasil uji validitas atribut kepentingan	93
20. Hasil uji validitas kinerja	94
21. Hasil uji reliabilitas atribut kepentingan	95
22. Hasil uji reliabilitas atribut kinerja.....	96
23. Sebaran identitas pengunjung	97
24. Sebaran skor penilaian atribut kepentingan	99
25. Sebaran skor penilaian atribut kinerja.....	101
26. Hasil uji <i>Mann-Whitney</i> atribut kepentingan	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka pemikiran perbedaan penilaian pengunjung keluarga dan non-keluarga terhadap atribut wisata Bukit XX di Bandar Lampung.....	17
2. Diagram kartesius IPA	33
3. Denah wisata Bukit XX	38
4. Struktur pengelola wisata Bukit XX	39
5. Diagram IPA pengunjung keluarga.....	53
6. Diagram IPA pengunjung non-keluarga	54
7. Atribut pemandangan.....	56
8. Atribut wahana bermain.....	59
9. Atribut harga	60
10. Atribut tempat parkir.....	61
11. Atribut toilet.....	62
12. Atribut tempat ibadah.....	63
13. Atribut kebersihan.....	64
14. Atribut foodcourt.....	66
15. Atribut kemah.....	67
16. Atribut kemudahan pembayaran	73
17. Diagram IPA pengunjung keluarga.....	104
18. Diagram IPA pengunjung non-keluarga	104

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan sektor pariwisata di Indonesia saat ini tengah berlangsung pesat. Pertumbuhan industri pariwisata ini menawarkan peluang besar dan memberikan manfaat yang signifikan bagi berbagai pihak, termasuk pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta. Fenomena ini disebabkan oleh peran strategis pariwisata sebagai aset yang berpotensi menghasilkan pendapatan signifikan bagi pemerintah dan masyarakat yang tinggal di sekitar destinasi wisata. Diperlukan perencanaan dan perancangan yang matang untuk mengembangkan sektor pariwisata. Tidak hanya pemerintah sebagai pengatur utama, tetapi juga pelaku bisnis di sektor swasta yang semakin menyadari persaingan yang ketat dan pentingnya faktor lingkungan yang lebih luas dalam mencapai kesuksesan. Peran pemerintah dalam mengatur penggunaan lahan dan distribusi sumber daya menjadi kunci penting dalam mewujudkan destinasi wisata yang berhasil. Hal ini melibatkan penentuan alokasi sumber daya sesuai dengan kebutuhan yang ada.

Lampung sebagai salah satu wilayah di Indonesia, juga memiliki potensi alam dan budaya yang bisa dijadikan destinasi wisata alam yang menarik. Potensi tersebut mencakup panorama alam yang menakjubkan yang dikelilingi oleh berbagai jenis tumbuhan, bukit yang hijau, dan iklim yang menyegarkan. Bandar Lampung memiliki lokasi strategis untuk mengakses berbagai objek wisata yang menarik. Banyak objek wisata yang indah terletak di Kota Bandar Lampung, termasuk perbukitan, pegunungan yang alami, dan tempat-tempat budaya. Keunikan dari kota ini adalah lokasinya yang saling berdekatan, memungkinkan para wisatawan untuk menjelajahi berbagai destinasi dengan mudah. Hal ini menciptakan

pengalaman wisata yang beragam karena berbagai tempat menarik dapat dijelajahi.

Minat masyarakat Indonesia terhadap berkunjung ke objek wisata alam tergolong tinggi termasuk di Provinsi Lampung. Dalam mengunjungi atau berekreasi ke destinasi wisata alam, pengunjung bisa memilih untuk berkunjung bersama keluarga, kerabat, ataupun seorang diri. Rekreasi keluarga merupakan kenyataan sosial yang terjadi sebagai akibat dari dinamika perubahan struktur sosial dan demografi (Schänzel dkk., 2012). Terdapat manfaat yang berbeda antara untuk individu dan keluarga. Bagi individu, rekreasi membantu mereka mengalihkan waktu dari tuntutan pekerjaan. Bagi keluarga rekreasi menjadi cara untuk memperkuat ikatan keluarga dan mendidik anak-anak.

Salah satu destinasi wisata alam yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia di Bandar Lampung adalah wisata Bukit XX. Lokasi ini terletak di Way Gubak, Sukabumi, Kota Bandar Lampung. Wisata alam ini baru dibuka pada Bulan Agustus tahun 2022 dan dapat dijangkau baik oleh kendaraan dua roda maupun kendaraan empat roda. Kondisi jalan menuju wisata Bukit XX sudah baik, terbukti dengan adanya perkerasan jalan yang telah diaspal. Taman rekreasi ini menawarkan pemandangan yang indah dan alami di atas bukit.

1.2 Rumusan Masalah

Kota Bandar Lampung menawarkan salah satu objek wisata yang memperlihatkan pemandangan perbukitan kepada pengunjungnya, dengan spot foto yang menghadirkan pemandangan hijau di bawahnya dan suasana lingkungan yang masih alami. Semua ini menjadi faktor kunci dalam menjaga kelangsungan perkembangan sektor pariwisata di kota tersebut. Objek wisata tersebut adalah wisata Bukit XX yang resmi dibuka pada 2022, taman wisata ini memiliki harapan untuk meningkatkan jumlah pengunjung di masa depan. Harapannya adalah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dengan berfokus pada perbaikan kualitas lingkungan, layanan, dan fasilitas di lokasi wisata ini. Sebagai

salah satu destinasi populer di Kota Bandar Lampung, wisata Bukit XX memberikan dampak positif pada perekonomian masyarakat setempat.

Keunikan objek wisata ini terletak pada harmonisasi alam dan elemen buatan manusia yang memungkinkan pengunjung menikmati keindahan alam, lanskap perbukitan yang hijau, dan pemandangan yang menakjubkan dari berbagai perspektif yang diberi sentuhan kreatif yang istimewa. Objek wisata Bukit XX ini juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang nyaman, seperti *foodcourt*, wahana bermain anak-anak, kemah, dan tempat refleksi yang menyenangkan dengan pemandangan yang indah. Semua fasilitas ini bertujuan untuk memudahkan dan memikat para pengunjung.

Keanekaragaman pengunjung suatu objek wisata menjadi suatu tantangan yang penting untuk diperhatikan. Salah satunya adalah perbedaan dari jenis pengunjung, yaitu pengunjung keluarga dan pengunjung non-keluarga. Dikarenakan adanya perbedaan kepentingan dari masing-masing jenis pengunjung ketika mengunjungi suatu objek wisata, maka pengelola suatu objek wisata harus menyesuaikan beberapa faktor yang akan membuat para pengunjung wisata merasa nyaman dan memiliki pengalaman yang baik saat mengunjungi objek wisata terkait. Oleh karena itu, diperlukannya pencarian perbedaan penilaian pada faktor atau atribut dari masing-masing jenis pengunjung.

Keluarga didefinisikan sebagai sekumpulan orang yang tinggal dalam satu rumah yang masih mempunyai hubungan kekerabatan atau hubungan darah karena perkawinan, kelahiran, adopsi dan lain sebagainya. Keluarga yang terdiri dari Ayah, Ibu dan anak-anak yang belum menikah disebut keluarga batih. Sebagai unit pergaulan terkecil yang hidup dalam masyarakat, keluarga batih mempunyai peranan-peranan tertentu (Soerjono, 2004).

Keluarga dipahami sebagai kelompok primer yang terdiri dari dua atau lebih orang yang mempunyai jaringan interaksi interpersonal, hubungan darah, hubungan perkawinan, dan adopsi. Definisi tersebut menunjukkan bahwa keluarga mensyaratkan adanya hubungan perkawinan, hubungan darah, maupun adopsi sebagai pengikat. Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu kelompok dari

orang-orang yang disatukan oleh ikatan-ikatan perkawinan, darah, atau adopsi, merupakan susunan rumah tangga sendiri, berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain yang menimbulkan peranan-peranan sosial bagi suami istri, Ayah dan Ibu, putra dan putri, saudara laki-laki dan perempuan, serta pemelihara kebudayaan bersama.

Menurut (Ali, 2010) keluarga adalah dua atau lebih individu yang bergabung karena hubungan darah, perkawinan, dan adopsi dalam satu rumah tangga, yang berinteraksi satu dengan lainnya dalam peran dan menciptakan serta mempertahankan suatu budaya. Keluarga adalah dua orang atau lebih yang dibentuk berdasarkan ikatan perkawinan yang sah, mampu memenuhi kebutuhan hidup spiritual dan materiil yang layak, memiliki hubungan yang selaras, serasi dan seimbang antara anggota keluarga dan masyarakat serta lingkungannya. Jika non-keluarga adalah suatu kelompok yang tidak terikat adanya perkawinan yang sah, atau bisa dikatakan sebagai suatu kelompok dari orang-orang yang disatukan bukan oleh ikatan perkawinan, darah, atau adopsi, tetapi dapat berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain yang menimbulkan peranan-peranan sosial sebagai teman atau sahabat dengan tetap memelihara kebudayaan bersama.

Kedua terminologi antara keluarga dan non-keluarga akan memiliki persepsi yang berbeda. Oleh karena itu, akan dicari perbedaannya antara pengunjung keluarga dan non-keluarga dalam menilai atribut kepentingan di dalam mengapresiasi tempat wisata Bukit XX Kecamatan Sukabumi Bandar Lampung.

Meningkatkan kesetiaan wisatawan di wisata Bukit XX memerlukan perhatian yang serius terhadap berbagai aspek di destinasi tersebut. Pengunjung mengevaluasi daya tarik tempat ini berdasarkan sejumlah faktor, seperti tingkat kenyamanan, kealamian lingkungan, kebersihan, dan ketersediaan wahana bermain. Oleh karena itu, manajemen wisata Bukit XX perlu memiliki pemahaman mendalam mengenai cara wisatawan menilai atribut-atribut ini dan mengenali pentingnya serta kinerja masing-masing atribut yang ada di lokasi tersebut. Langkah-langkah perbaikan dan pemeliharaan yang sesuai dengan

harapan wisatawan harus diambil untuk memuaskan mereka dan meningkatkan loyalitas.

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian pada wisata Bukit XX sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan pengunjung keluarga dan non-keluarga dalam menilai atribut kepentingan?
2. Apakah terdapat perbedaan pengunjung keluarga dan non-keluarga dalam merangking atribut kepentingan?
3. Apakah terdapat atribut-atribut yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan kinerjanya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka penelitian pada wisata Bukit XX memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis perbedaan pengunjung keluarga dan non-keluarga dalam menilai atribut kepentingan.
2. Menganalisis perbedaan pengunjung keluarga dan non-keluarga dalam merangking atribut kepentingan.
3. Menganalisis atribut-atribut yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan kinerjanya.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian pada wisata Bukit XX sebagai berikut:

1. Bagi pengelola objek wisata
Dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola wisata dalam meningkatkan kualitas objek wisata.

2. Bagi peneliti lain

Dapat menambah wawasan mengenai menilai kepentingan dan kinerja yang dapat dijadikan referensi bagi penulis selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pariwisata

Industri pariwisata dianggap sebagai sektor yang kompleks karena melibatkan berbagai sektor terkait, termasuk industri akomodasi, transportasi, kerajinan tangan, dan suvenir. Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 Pasal 28 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010–2025, pariwisata adalah kegiatan yang memiliki keterkaitan lintas sektor dan berbagai skala usaha. Pariwisata adalah fenomena sosial yang memiliki dampak luas, mempengaruhi individu, kelompok, organisasi, serta aspek budaya, dan menjadi subjek penelitian dalam bidang sosiologi (Pitana & Gayatri, 2005).

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau untuk mempelajari daya tarik wisata tertentu dalam jangka waktu tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa wisata adalah perjalanan yang bersifat sukarela dan sementara, dimaksudkan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata tersebut, serta bertujuan untuk rekreasi, hiburan, atau penyegaran.

2.1.2 Atribut Tempat Wisata

Atribut produk wisata mencakup semua layanan yang diperoleh, dirasakan, atau dinikmati oleh wisatawan mulai dari saat mereka meninggalkan tempat asal mereka, perjalanan ke tujuan wisata yang mereka pilih, hingga kembali ke rumah mereka (Suwanto, 2004). Muljadi dalam Hapsari (2014) mengungkapkan bahwa atribut produk wisata terdiri dari beberapa indikator berikut:

- a. Atraksi wisata yaitu segala sesuatu yang menarik wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata.
- b. Amenitas yaitu berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama mereka melakukan perjalanan wisata di suatu daerah tujuan wisata.
- c. Aksesibilitas yaitu kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata melalui media transportasi.

Menurut Kotler & Keller (2009) terdapat lima indikator pokok kualitas layanan, antara lain:

- a. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
- b. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.
- c. *Assurance* (kepastian) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan.
- d. *Empathy* (empati) yaitu kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.
- e. *Tangibility* (berwujud) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi.

2.1.3 Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian. Kepuasan dan ketidakpuasan pengunjung pada dasarnya ditentukan dari persepsi dan harapan pengunjung saat mencoba produk atau menerima suatu pelayanan. Konsumen akan memberikan tanggapan emosional dan respon yang mencerminkan harapannya dapat terpenuhi atau tidak (Rangkuti, 2006).

Kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen (Nasution, 2005). Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain:

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.
- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman.

2.1.4 Uji *Mann-Whitney*

Pengujian dua sampel bebas pada statistik *nonparametric* mempunyai tujuan sama dengan uji t pada statistik parametrik, yaitu ingin mengetahui dua buah sampel yang bebas berasal dari populasi yang sama. Dalam metode statistik parametrik, uji dua sampel dianalisis dengan menggunakan uji t dengan beberapa syarat tentunya. Namun, jika salah satu syarat tidak terpenuhi maka uji t harus diganti dengan uji statistik *nonparametric* yang khusus digunakan untuk dua sampel bebas (Santoso, 2015). Menurut Sugiyono (2015) terdapat dua rumus yang digunakan untuk pengujian. Kedua rumus tersebut digunakan dalam perhitungan karena akan digunakan untuk mengetahui harga U (*Mann-Whitney*) mana yang lebih kecil. Harga U yang lebih kecil tersebut yang dipergunakan untuk pengujian dan membandingkan dengan U tabel. Adapun perumusannya sebagai berikut:

$$M_1 = (m_1 \cdot m_2) + ((m_1 \cdot (m_1 + 1)) / 2) - L_1 \text{ dan}$$

$$M_2 = (m_1 \cdot m_2) + ((m_2 \cdot (m_2 + 1)) / 2) - L_2$$

Keterangan:

m_1 = jumlah sampel 1

m_2 = jumlah sampel 2

M_1 = Jumlah peringkat 1

M_2 = jumlah peringkat 2

L_1 = jumlah rangking pada sampel m_1

L_2 = jumlah rangking pada sampel m_2

2.1.5 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis (IPA) adalah suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi berupa penilaian dari responden penelitian tentang bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut yang diteliti. Mardiana dan Rubiyanti (2017) menjelaskan bahwa dengan menggunakan metode IPA,

perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen, serta hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan, sehingga dapat menjadi dasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Analisis IPA digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) atribut. *Importance* adalah penilaian yang diberikan oleh pengunjung terkait tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diuji yang mempengaruhi kepuasan responden. Selanjutnya, *performance* adalah penilaian yang diberikan oleh responden terkait bagaimana kinerja dari atribut-atribut yang diuji yang mempengaruhi kepuasan responden. Atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pengunjung akan dimasukkan ke dalam diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat kuadran dengan dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X, Y) yang mana X adalah skor rata-rata penilaian tingkat kinerja dan Y adalah skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan atribut oleh wisatawan (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015).

2.1.6 Pengunjung Keluarga dan Non-Keluarga

Menurut (Ali, 2010) keluarga adalah dua atau lebih individu yang bergabung karena hubungan darah, perkawinan, dan adopsi dalam satu rumah tangga, yang berinteraksi satu dengan lainnya dalam peran dan menciptakan serta mempertahankan suatu budaya. Keluarga adalah dua orang atau lebih yang dibentuk berdasarkan ikatan perkawinan yang sah, mampu memenuhi kebutuhan hidup spiritual dan materiil yang layak, memiliki hubungan yang selaras, serasi dan seimbang antara anggota keluarga dan masyarakat serta lingkungannya. Jika non-keluarga adalah suatu kelompok yang tidak terikat adanya perkawinan yang sah, atau bisa dikatakan sebagai suatu kelompok dari orang-orang yang disatukan bukan oleh ikatan perkawinan, darah, atau adopsi, tetapi dapat berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain yang menimbulkan peranan-peranan sosial sebagai teman atau sahabat dengan tetap memelihara kebudayaan bersama.

Keluarga yang terdiri dari ayah, ibu dan anak- anak yang belum menikah disebut keluarga batih. Sebagai unit pergaulan terkecil yang hidup dalam masyarakat, keluarga batih mempunyai peranan-peranan tertentu, sedangkan pengunjung non-keluarga adalah pengunjung yang tidak terikat adanya perkawinan yang sah, atau bisa dikatakan sebagai suatu kelompok dari orang-orang yang disatukan bukan oleh ikatan perkawinan, darah, atau adopsi, tetapi dapat berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain yang menimbulkan peranan-peranan sosial sebagai teman atau sahabat dengan tetap memelihara kebudayaan bersama (Soerjono, 2004).

2.2 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dicantumkan merupakan penelitian yang dijadikan acuan dan referensi dalam penelitian ini. Beberapa hasil penelitian terdahulu secara lengkap dapat dilihat pada Lampiran 1.

Wisata Pantai Cemara Banyuwangi menghasilkan rekomendasi perbaikan yang diteliti oleh Amalia F.R (2018) berupa strategi yang berkaitan dengan *entertainment* adalah sebagai berikut: Faktor atraksi yaitu apa yang dapat dilihat, apa yang dapat dilakukan dan apa yang dapat dibeli, penambahan layanan informasi, dan merealisasikan pengembangan fasilitas pada lahan tersisa disertai dengan pembenahan fasilitas yang sudah ada. Strategi yang berkaitan dengan manajerial yaitu optimalisasi kegiatan promosi secara *online* dan *non-online*, penambahan lahan parkir kendaraan, khususnya kendaraan roda empat, peningkatan mutu pelayanan melalui pelatihan bagi karyawan dan memperbaiki sistem manajemen pengelolaan Pantai Cemara dan Koordinasi yang intensif dengan *stakeholders* untuk perbaikan dan pengembangan berkelanjutan. Metode analisis data yang digunakan adalah *Servqual* dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

Penelitian yang dilakukan oleh Ikasari dan Farida, (2017) di Kota Semarang dianalisis menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian ini adalah atribut wisata yang memiliki tingkat kepentingan tinggi akan

tetapi kinerjanya masih rendah untuk pariwisata di kota Semarang antara lain: pelayanan di tempat wisata, penanganan keluhan wisatawan, promosi, pertunjukan kesenian tradisional serta pemeliharaan dan manajemen wisata budaya asli sebagai daya tarik wisata. Dampaknya adalah atribut-atribut inilah yang perlu memperoleh prioritas tinggi untuk dikembangkan. Salah satu cara yang bias dilakukan adalah dengan peningkatan kualitas SDM pengelola obyek wisata, peningkatan promosi pariwisata kota Semarang dan peningkatan pertunjukan kesenian tradisional yang mencerminkan budaya asli kota Semarang.

Kawasan Wisata Iboih, Kota Sabang yang diteliti oleh Setiawan (2018) menunjukkan kepuasan wisatawan terhadap atribut pariwisata syariah berada pada angka 3,972 dengan besarnya skor konversi adalah 79,44. Angka ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan wisatawan masuk kedalam kategori memuaskan. Hasil analisis dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* menunjukkan terdapat 6 atribut pariwisata syariah yang perlu menjadi prioritas, yaitu: a) Fasilitas ibadah yang layak dan suci disekitar objek wisata. b) Ketersediaan fasilitas ibadah ditempat penginapan (sajadah, mukena, Al-quran, fasilitas bersuci). c) Tempat beribadah dilingkungan penginapan layak dan suci. d) Kebersihan dan sanitasi lingkungan di area penginapan e) Ketersediaan sertifikat halal sebagai jaminan atas makanan dan minuman yang dijual. f) Kebersihan dan sanitasi lingkungan di area restoran/rumah makan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan metode *Importance Performance Analysis* dan dijabarkan secara deskriptif.

Wisata Agro di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor yang diteliti oleh Oktaviani dan Suryana, (2016) dapat diketahui bahwa pihak manajemen Kebun Wisata Pasirmukti sebaiknya memperbaiki kinerja dari promosi, kemudahan mencapai lokasi serta sarana peribadatan. Selain itu, pihak Kebun Wisata Pasirmukti juga sebaiknya mempertahankan kinerja dari kegiatan edukatif yang merupakan keunggulan perusahaan di mata pengunjung dibandingkan dengan obyek wisata lain yang sejenis. Dalam penelitian ini digunakan beberapa alat analisis antara

lain analisa deskriptif, *Importance Performance Analysis*, serta Uji Friedman dan *Multiple Comparison* untuk Uji Friedman.

Sumawidari dan Muliati, (2020) yang meneliti di Objek Wisata Tegenungan Waterfall Gianyar, Bali menunjukkan hasil analisis bahwa kepuasan pengunjung yang masih harus diprioritaskan ditunjukkan oleh atribut-atribut wisata yang kinerjanya masih rendah, tetapi memiliki kepentingan yang sangat tinggi yaitu di bidang kebersihan, keamanan, penanganan keluhan, kurangnya *life guard*, *locker* tempat penitipan barang dan promosi. Data dianalisis dengan *Importance-Performance Analysis* (IPA). Sebagai implikasinya maka untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dapat dilakukan dengan cara (1) meningkatkan kebersihan, (2) menambah *life guard*, (3) memberikan pelatihan terhadap SDM, (4) menyediakan tempat penitipan barang dan (5) meningkatkan promosi melalui sosial media, *web site* dan kerjasama dengan *travel agent*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat, pengelola obyek wisata, dan pemerintah.

Wisata Taman Hutan Kota Langsa teridentifikasi dari 17 atribut yang diteliti oleh Asri dkk., (2021) didapat nilai kesesuaian sebesar 96%. Penelitian ini adalah merancang untuk mengetahui kepuasan pelanggan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas dengan kualitas dan fasilitas yang disediakan. Pada diagram kartesius atribut yang menentukan kepuasan pengunjung terletak pada kuadran A dan kuadran B di mana masing-masing memiliki 5 atribut.

Astami & Erli (2015) meneliti Infrastruktur Kawasan Wisata Bahari di Desa Sumberejo, Desa Lojejer dan Desa Puger Kulon, Kabupaten Jember berdasarkan preferensi pengunjung dan masyarakat memiliki atribut penelitian berjumlah 15 atribut. Diperoleh urutan prioritas pengembangan infrastruktur yang dilakukan melalui berbagai pertimbangan antara lain dengan memperhatikan hasil dari persepsi dan preferensi masyarakat dan pengunjung pada analisa IPA serta kondisi *eksisting* dari masing-masing infrastruktur yang ada saat ini. Prioritas tersebut

diambil berdasarkan infrastruktur yang termasuk ke dalam kuadran I, sehingga menjadi prioritas pengembangan pada kawasan wisata bahari Kabupaten Jember.

Penelitian yang dilakukan di Wisata Taman Tebing Breksi mempunyai 27 atribut dengan hasil nilai tingkat kinerja di bawah tingkat kepentingan. Nilai kesenjangan sebesar -0,81 yang mengindikasikan adanya perbedaan yang signifikan antara penawaran wisata yang disediakan (tingkat kinerja) dengan permintaan wisatawan yang diharapkan (tingkat kepentingan). Kesesuaian tingkat kepentingan dan kinerja pada destinasi wisata Taman Tebing Breksi didapatkan sebesar 80,47% yang artinya bahwa kualitas pelayanan/jasa yang diberikan belum memenuhi apa yang dianggap penting oleh wisatawan. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deduktif kuantitatif-kualitatif dengan menggunakan metode analisis statistik deskriptif dan *Importance Performance Analysis* (IPA) (Hanunnindya dan Marsoyo, 2022).

Wisata Pemandian di Kabupaten Tapanuli Utara yang diteliti oleh Saula Lestari Tampubolon dkk., pada tahun 2019 memperoleh hasil perhitungan nilai kepentingan dan performansi yang menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) bahwa dari 26 atribut, terdapat 8 atribut yang berada pada kuadran A (prioritas utama) yaitu A4, A6, A7, A12, A15, A16, A17 dan A19. Lalu 9 atribut di pada kuadran B (pertahankan prestasi) yaitu A1, A2, A3, A5, A13, A14, A20, A24 dan A26. Pada kuadran C (prioritas rendah) terdapat 6 atribut yaitu A8, A9, A10, A11, A18 dan A21, sedangkan pada kuadran D (berlebihan) sebanyak 3 atribut yaitu A22, A23 dan A2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan CSI dan IPA.

Syaf Putra, dkk (2023) meneliti wisatawan dalam berwisata di Kabupaten Trenggalek. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Analisis Tabulasi Silang (*Crosstabulation*). Jumlah atribut pada penelitian ini sebanyak 46. Hasil penelitian menunjukkan hasil perhitungan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), titik tengah (y

x) untuk destinasi wisata di Kabupaten Trenggalek terletak pada koordinat (4,47 ; 4,03). Objek wisata yang dinilai oleh responden meliputi 9 (Sembilan) objek wisata diantaranya: (1) Objek Wisata Pantai Pasir Putih (2) Objek Wisata Pantai Prigi (3) Objek Wisata Pantai Mutiara (4) Objek Wisata Pantai Cengkong (5) Objek Wisata Pantai Pelang (6) Objek Wisata Pantai Blado (7) Objek Wisata Dilem Wilis (8) Objek Wisata Gowa Lowo (9) Objek Wisata Pantai Damas. Atribut tersebut berada pada Kuadran I (*Concantrate Here*). Dimensi dari atribut yang paling banyak masuk dalam Kuadran I (*Concentrate Here*) pada tiap objek wisata adalah dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) dan dimensi bukti fisik (*Tangibels*).

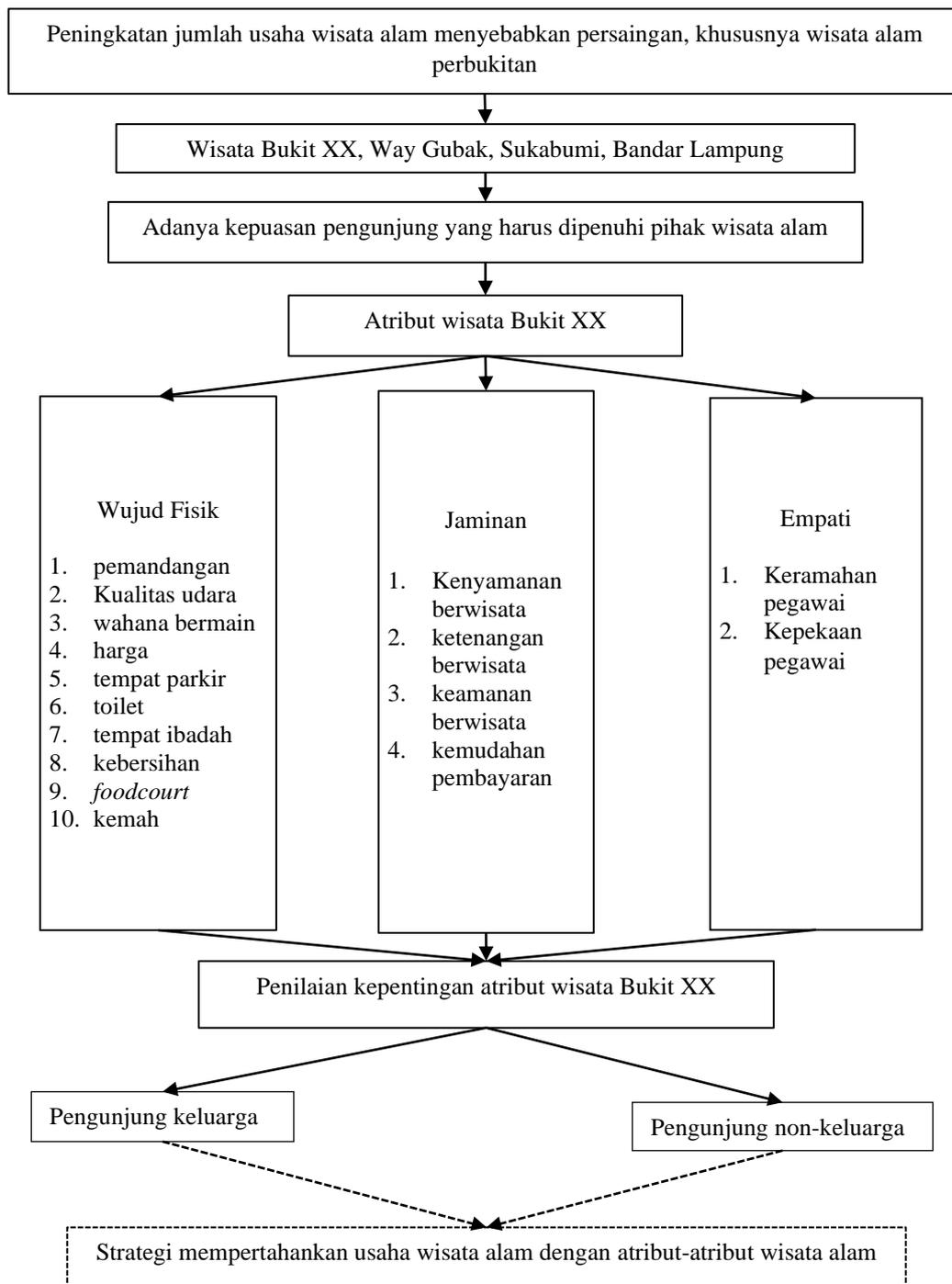
Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada tempat penelitian, jumlah sampel dan atribut yang digunakan. Perbedaan tersebut disebabkan oleh adanya ketidaksamaan kondisi tempat penelitian dan produk yang diteliti. Wisata Bukit XX belum pernah dijadikan sebagai lokasi penelitian dengan judul yang sejenis.

2.3 Kerangka Pemikiran

Perkembangan usaha wisata alam khususnya wisata alam perbukitan yang begitu pesat di Kota Bandar Lampung mengharuskan para wirausahawan untuk bersaing. Mempertahankan keberadaan usaha wisata alam di masa kini hingga masa depan membuat pelaku usaha bersaing untuk menarik perhatian wisatawan agar berkunjung ke tempat usahanya. Wisata Bukit XX berlokasi di daerah perbukitan Way Gubak, Kecamatan Sukabumi, Kota Bandar Lampung. Wisata Bukit XX memiliki pemandangan panorama yang indah dan lokasi yang sangat strategis membuat wisata Bukit XX ramai dikunjungi wisatawan.

Untuk mempertahankan usahanya pihak wisata Bukit XX sebaiknya membuat strategi. Salah satu cara mempertahankannya adalah dengan memenuhi kepuasan pengunjung. Kepuasan pengunjung dapat dipenuhi dari pelayanan yang diberikan oleh pihak wisata Bukit XX. Hal tersebut dinilai oleh pengunjung dari atribut-atribut yang diberikan oleh pihak wisata Bukit XX.

Kelompok atribut pada wisata Bukit XX yang akan diteliti berdasarkan penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Syaf Putra, dkk (2023) meneliti wisatawan dalam berwisata di Kabupaten Trenggalek yang memiliki 5 kelompok atau variabel yaitu keandalan, dimensi daya tanggap, dimensi jaminan, dimensi empati, dan dimensi bukti fisik. Atribut-atribut wisata Bukit XX yang akan diteliti ada 3 kelompok yaitu kelompok atribut wujud fisik, jaminan, dan empati. Kelompok atribut yang digunakan mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki topik penelitian yang sejenis dan telah disesuaikan dengan keadaan wisata Bukit XX. Atribut-atribut tersebut adalah pemandangan, kualitas udara, wahana bermain, harga, tempat parkir, toilet, tempat ibadah, kebersihan, *foodcourt*, kemah, kenyamanan berwisata, ketenangan berwisata, keamanan berwisata, kemudahan pembayaran, keramahan pegawai, dan kepekaan pegawai. Masing-masing atribut tersebut dimasukkan ke dalam 3 kelompok atribut yang akan dinilai tingkat kepentingan dan kinerjanya sesuai dengan persepsi pengunjung yang akan dianalisis dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Pengunjung melakukan penilaian terhadap tingkat kepentingan dan kinerja pelayanan wisata Bukit XX untuk diketahui apa saja atribut yang dianggap penting dan harus dipertahankan serta ditingkatkan kinerjanya. Kerangka pemikiran terkait analisis kepentingan dan kinerja atribut wisata Bukit XX dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran perbedaan penilaian pengunjung keluarga dan non-keluarga terhadap atribut wisata Bukit XX di Bandar Lampung

Keterangan:

□ = diteliti

□ (dashed) = tidak diteliti

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Sukardi (2007), metode survei adalah metode yang bertujuan untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik populasi yang digambarkan oleh sampel. Metode survei memperoleh sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Sugiarto, 2003).

Penelitian ini dilakukan di wisata Bukit XX di daerah perbukitan yang beralamat di Way Gubak, Sukabumi, Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa wisata alam tersebut merupakan wisata alam yang ramai dikunjungi oleh pengunjung, terletak pada lokasi yang strategis, menghadapi persaingan dengan usaha jenis lainnya, masih tetap eksis hingga saat ini.

Penelitian ini dilakukan secara bertahap yaitu selama empat pekan pada Bulan Mei-Juni 2024 yang dilakukan setiap hari kecuali hari Senin, dikarenakan hari libur yang sudah ditetapkan oleh pihak pengelola.

3.2 Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan batasan operasional mencakup berbagai penjelasan dan pengertian variabel-variabel yang digunakan untuk memperoleh dan menganalisis data yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Konsep dasar dan batasan operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Wisata Bukit XX merupakan salah satu objek wisata alam yang berada di Kota Bandar Lampung.

Wisatawan adalah orang yang sedang melakukan perjalanan wisata, baik dilakukan oleh satu orang maupun lebih ke suatu tempat untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, maupun mempelajari keunikan suatu objek wisata yang didatangi dalam jangka waktu tertentu.

Karakteristik wisatawan adalah faktor perbedaan individu atau faktor pribadi yang membedakannya dari wisatawan lain dan akan mempengaruhi kepuasan pembeliannya. Karakteristik wisatawan dalam penelitian ini mencakup usia, jenis kelamin, alat transportasi, waktu tempuh, jarak tempuh, pekerjaan, pendidikan terakhir, jumlah kunjungan, dan pendapatan.

Wujud fisik adalah segala bentuk fisik yang dapat dilihat, diraba, atau dirasakan secara langsung yang memengaruhi minat dan pengalaman pengunjung di destinasi wisata Bukit XX.

Jaminan adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pengunjung kepada pengelolaan wisata Bukit XX. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pengunjung.

Pengunjung keluarga adalah memiliki hubungan darah, ikatan secara adat, dan ikatan secara perkawinan.

Pengunjung non-keluarga adalah tidak memiliki hubungan darah, ikatan secara adat, dan ikatan secara perkawinan.

Kepentingan adalah hal-hal yang dianggap berharga atau penting bagi pengunjung.

Kinerja adalah merujuk pada seberapa baik atau efektif suatu tempat wisata mencapai tujuan atau menyelesaikan tugas tertentu.

Kinerja dipertahankan adalah suatu kegiatan upaya untuk menjaga tingkat kinerja yang telah dicapai agar tetap sama atau setidaknya tidak mengalami penurunan.

Kinerja ditingkatkan adalah suatu usaha untuk mengubah atau menerapkan metode untuk meningkatkan hasil pada tempat wisata.

Atribut adalah objek yang dipelajari oleh peneliti pada tempat wisata Bukit XX yang dilihat berdasarkan kepentingan dan kinerjanya.

Pemandangan adalah potensi wisata yang indah berhubungan bersifat panorama dan berhubungan dengan cagar alam ataupun suaka alam pada tempat wisata Bukit XX. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut pemandangan yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris yang mana jawaban yang “sangat puas” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak puas” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kualitas udara adalah keadaan suatu objek wisata yang menunjukkan bahwa suhu pada udara tersebut rendah mengakibatkan udara dingin yang menjadikan pengunjung merasa sejuk. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kualitas udara yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris yang mana jawaban yang “sangat sejuk” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak sejuk” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Wahana bermain adalah jenis wahana yang dapat dilakukan oleh pengunjung di wisata Bukit XX. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut wahana bermain yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris yang mana jawaban yang “sangat menarik” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak menarik” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Harga adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pengunjung untuk menikmati wisata Bukit XX. Atribut harga ini pengunjung menilai berdasarkan harga yang ditawarkan di wisata Bukit XX. Kinerja atribut harga diukur dengan skala *likert*

yaitu sangat murah (5), murah (4), netral (3), tidak murah (2) dan sangat tidak murah (1).

Tempat parkir adalah lokasi yang ditentukan sebagai tempat pemberhentian kendaraan yang tidak bersifat sementara untuk melakukan kegiatan pada suatu kurun waktu. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut tempat parkir yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris yang mana jawaban yang “sangat memadai” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak memadai” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Toilet adalah kebutuhan bagi majunya pariwisata, tanpa disadari toilet memiliki pengaruh terhadap peningkatan jumlah pengunjung di wisata Bukit XX. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut toilet yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris yaitu jawaban yang “sangat memadai” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak memadai” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Tempat ibadah adalah fasilitas berupa bangunan yang disediakan oleh pengelola objek wisata untuk beribadah umumnya bagi umat muslim. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut tempat ibadah yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris yaitu jawaban yang “sangat memadai” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak memadai” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kebersihan adalah keadaan di mana objek wisata memiliki kondisi lingkungan bebas dari kotoran, debu, kontaminasi, atau materi yang dapat menyebabkan penyakit atau kekacauan. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kebersihan yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris yang mana jawaban yang “sangat bersih” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak bersih” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Foodcourt adalah area yang terdiri dari berbagai penjual makanan dan minuman dari berbagai kategori kuliner yang terletak di wisata Bukit XX. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut *foodcourt* yaitu terdapat pilihan jawaban

yang tersusun dalam satu baris yang mana jawaban yang “sangat memadai” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak memadai” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kemah adalah tempat berkemah yang berada di wisata Bukit XX untuk para pengunjung yang dapat melakukan kegiatan bermalam. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kemah yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris di mana jawaban yang “sangat memadai” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak memadai” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kenyamanan berwisata adalah suatu kondisi atau rasa di mana seseorang merasa nyaman di sekitar tempat wisata, kesejukan, dan nyaman untuk bersantai menikmati pemandangan dalam melakukan wisata di objek wisata Bukit XX. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kenyamanan berwisata yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris yang mana jawaban yang “sangat nyaman” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak nyaman” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Ketenangan berwisata adalah kondisi yang menunjukkan wisatawan merasa tenang dalam berwisata karena lokasi yang jauh dari kebisingan. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut ketenangan berwisata yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris yang mana jawaban yang “sangat tenang” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak tenang” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Keamanan pengunjung adalah keadaan ditempat objek wisata yang memberikan rasa aman kepada pengunjung. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut keamanan berwisata yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris yang mana jawaban yang “sangat aman” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak aman” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kemudahan pembayaran adalah ketersediaan berbagai metode pembayaran yang dapat digunakan oleh pengunjung untuk membeli tiket masuk, layanan, ataupun produk di wisata Bukit XX. Hal ini mencakup kemudahan dalam menggunakan kartu kredit/debit, dompet digital, pembayaran nontunai, atau pembayaran tunai. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kemudahan pembayaran yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris di mana jawaban yang “sangat mudah” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak mudah” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Keramahan pegawai adalah sikap pegawai dalam melakukan pelayanan kepada pengunjung dengan memberi salam sapa dan senyuman. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut keramahan berwisata yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris yang mana jawaban yang “sangat ramah” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak ramah” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kepekaan pegawai adalah kepekaan pegawai terhadap seluruh kebutuhan pengunjung yang dilakukan dengan sukarela. Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai atribut kepekaan pegawai memenuhi kebutuhan pengunjung yaitu terdapat pilihan jawaban yang tersusun dalam satu baris di mana jawaban yang “sangat peka” memiliki nilai 5 terletak di bagian kanan dan jawaban “sangat tidak peka” dengan nilai 1 terletak di bagian kiri.

Kepentingan suatu atribut adalah penilaian wisatawan terhadap penting atau tidaknya suatu atribut penelitian. Dalam hal ini kepentingan diukur dengan skor skala *likert* lima tingkat. Batasan masing-masing skor kepentingan yaitu sebagai berikut: sangat penting (5), penting (4), cukup penting atau netral (3), tidak penting (2), sangat tidak penting (1).

Kinerja suatu atribut adalah penilaian wisatawan terhadap baik atau tidaknya kinerja atribut penelitian. Dalam hal ini kepentingan diukur dengan skor skala *likert* lima tingkat. Batasan masing-masing skor kinerja yaitu sebagai berikut: sangat baik (5), baik (4), cukup baik atau netral (3), tidak baik (2), sangat tidak baik (1).

Atribut-atribut yang dipilih merupakan kombinasi rujukan penelitian terdahulu dan hasil observasi pra survei. Atribut-atribut tersebut adalah: pemandangan, kualitas udara, wahana bermain, harga, tempat parkir, toilet, tempat ibadah, kebersihan, *foodcourt*, kemah, kenyamanan berwisata, ketenangan berwisata, keamanan berwisata, kemudahan pembayaran, keramahan pegawai, dan kepekaan pegawai.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik *Sampling*

Menurut Arikunto (2006), populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi pada penelitian ini yaitu pengunjung wisata Bukit XX yang melakukan kegiatan atau menggunakan seluruh fasilitas yang tersedia ataupun tidak melakukan kegiatan atau menggunakan seluruh fasilitas yang tersedia. Sampel pada penelitian ini adalah pengunjung yang sedang berkunjung ke wisata Bukit XX. Sampel yang diambil diperoleh dari populasi yang ada.

Menurut Cohen dkk., (2018), jumlah minimal sampel pada suatu penelitian yaitu sebanyak 30 orang responden. Jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu sebanyak 70 orang responden yang terbagi dari 35 responden dari pengunjung keluarga dan 35 responden dari pengunjung non-keluarga. Pengunjung keluarga yang dimaksud adalah memiliki hubungan darah, ikatan secara adat, dan ikatan secara perkawinan. Responden pengunjung non-keluarga adalah tidak memiliki hubungan darah, ikatan secara adat, dan ikatan secara perkawinan. Responden dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang melakukan kegiatan berwisata pada objek wisata Bukit XX. Wisatawan yang dapat dijadikan responden penelitian adalah mereka yang sudah berusia 17 tahun ke atas, karena responden pada usia tersebut dianggap mampu memberikan pendapat yang dapat dipertanggungjawabkan.

Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengundi nomor meja yang ditempati wisatawan pada satu waktu penelitian. Dalam satu kali penelitian, pengundian nomor meja diulang empat hingga lima kali untuk dijadikan sampel responden.

Jika dalam satu meja terdapat dua atau lebih sampel pengunjung, maka akan diambil satu sampel saja untuk dijadikan sebagai sampel dan jika terdapat satu rombongan keluarga ataupun rombongan non-keluarga, maka hanya mengambil satu sampel saja dari rombongan tersebut. Jika saat pegundian nomor meja yang terpilih tidak ada yang menempatkan maka akan dilakukan pengundian ulang dan jika nomor meja yang sama keluar saat dilakukan pengundian dan wisatawan yang berada di nomor tersebut bersedia untuk dijadikan sebagai responden, maka nomor meja tersebut dapat digunakan kembali untuk pengundian di hari yang sama.

Pengambilan sampel setiap pekannya sebanyak 18 sampel yang mana dalam 1 pekan terdapat 9 sampel pengunjung keluarga dan 9 sampel pengunjung non-keluarga dan terdapat 1 pekan hanya berjumlah 16 sampel yang mana 8 sampel pengunjung keluarga dan 8 sampel pengunjung non-keluarga untuk menyesuaikan jumlah sampel keseluruhan yaitu sebanyak 70 sampel. Penentuan waktu wawancara yaitu pada pukul 15.00-22.00 WIB dengan masing-masing responden berjumlah 35 sampel pengunjung keluarga dan 35 sampel pengunjung non-keluarga. Hal tersebut dilakukan agar informasi yang dikumpulkan didapatkan dengan sejelas-jelasnya dari para responden dan wawancara tidak dilakukan dengan terburu-buru. Pembagian waktu wawancara dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1. Pembagian waktu wawancara

Pekan	Pengunjung keluarga	Pengunjung non-keluarga	Jumlah (Sampel)
Pekan ke-1	9	9	18
Pekan ke-2	9	9	18
Pekan ke-3	9	9	18
Pekan ke-4	8	8	16
Jumlah			70

Kuesioner merupakan pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2006). Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari 3 bagian utama. Bagian pertama berisikan identitas responden, bagian ke dua berisikan rangking atribut dan bagian ke tiga berisikan butir-butir pertanyaan atribut kepentingan dan kinerja

yang akan dijawab oleh responden. Pengunjung yang dijadikan sampel dan bersedia untuk dijadikan responden diwawancarai secara langsung dengan menggunakan bantuan kuesioner atau mengisi kuesioner sendiri.

Skala yang digunakan untuk memperoleh data-data subjek pada penelitian ini adalah skala *likert semantic differential*, yaitu skala untuk mengukur sikap, tetapi bentuknya bukan pilihan ganda maupun *checklist*, melainkan tersusun dalam garis kontinu di mana jawaban yang sangat positif terletak di bagian kanan garis dan jawaban yang sangat negatif terletak dibagian kiri garis atau sebaliknya (Sumanto, 2014). Kuesioner penelitian ini, pilihan jawaban yang paling positif yaitu “Sangat Penting” dan “Sangat Baik” berada pada bagian kanan dengan nilai 5, sedangkan pilihan jawaban yang paling negatif yaitu “Sangat Tidak Penting” dan “Sangat Tidak Baik” berada pada bagian kiri dengan nilai 1.

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan para responden yang sedang berkunjung ke lokasi penelitian dan digunakan kuesioner yang telah dibuat sebelumnya sebagai alat bantu pengumpulan data. Sebelum digunakan kuesioner terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitas. Data sekunder diperoleh dari penelitian-penelitian terdahulu, studi literatur, laporan-laporan, jurnal penelitian dan lembaga atau instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandar Lampung, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandar Lampung dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengukuran atau pengujian terhadap variabel-variabel yang akan diukur. Teknik pengujian ini menggunakan *software IBM SPSS Statistics 25*. Uji validitas akan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur suatu variabel. Validitas akan tercapai apabila pertanyaan yang

diajukan mampu mengungkapkan apa yang ingin diungkapkan. Cara pengujian validitas yaitu dengan mengorelasikan tiap-tiap atribut terhadap total seluruh atribut yang ada. Apabila secara statistik signifikan, maka atribut tersebut valid dan sebaliknya jika tidak signifikan, maka atribut tersebut tidak valid dan tidak dapat digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2009).

Perhitungan uji validitas pada penelitian ini menggunakan analisis koefisien korelasi *Product Moment Pearson*. Perhitungan dilakukan dengan cara mengorelasi antara skor atribut pelayanan dengan skor total atribut. Hasil perhitungan korelasi tersebut diperoleh suatu koefisien korelasi untuk menentukan apakah suatu atribut tersebut layak digunakan atau tidak. Menurut Sufren dan Natanael (2013), nilai validitas dapat diketahui dengan cara mencari r hitung yang dibandingkan dengan r tabel (*critical value*). Pertanyaan kuesioner dapat dikatakan valid apabila r hitung > r tabel (*critical value*). Penentuan r hitung dapat menggunakan rumus *pearson* sebagai berikut:

$$r \text{ hitung} = \frac{n (\sum X_1 Y_1) - (\sum X_1) x (\sum Y_1)}{\{n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} x \{n \sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2\}} \quad (1)$$

Keterangan:

r hitung	: Koefisien korelasi
X ₁	: Jumlah skor item
X	: Skor item
∑XY ₁	: Jumlah skor total
Y	: Skor total
N	: Jumlah responden

Penentuan layak atau tidaknya suatu item dilakukan dengan uji signifikansi koefisien korelasi dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Hasil analisis akan didapatkan nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan *critical r* (r tabel) yang diperoleh df = N-2. Penelitian ini, jumlah sampel (N) yang digunakan untuk melakukan uji validitas dan reabilitas kuesioner adalah sebanyak 30 responden.

Kriteria pengujian menurut Azwar (2007), sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq \text{critical value}$ (r tabel) (uji 2 sisi dengan sig 0,05), maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r \text{ hitung} < \text{critical value}$ (r tabel) (uji 2 sisi dengan sig 0,05), maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Berdasarkan hasil uji menggunakan *software IBM SPSS Statistics 25* terhadap kuesioner dengan 16 jenis atribut kepentingan, nilai r tabel diperoleh sebesar 0,361 dari 30 sampel dan hasil hitung keseluruhan atribut lebih besar dari r tabel. Pada variabel tingkat kepentingan, nilai r hitung paling tinggi yaitu sebesar 0,619 pada item pertanyaan keramahan pegawai dan nilai r hitung paling rendah sebesar 0,404 pada item pertanyaan kenyamanan berwisata, sehingga seluruh item pertanyaan dalam kuesioner pada tingkat kepentingan adalah valid. Hasil uji validitas pada tingkat kepentingan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil uji validitas uji pertanyaan tingkat kepentingan

No	Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Pemandangan	0,412	0,361	Valid
2	Kualitas udara	0,458	0,361	Valid
3	Wahana Bermain	0,598	0,361	Valid
4	Harga	0,482	0,361	Valid
5	Tempat Parkir	0,464	0,361	Valid
6	Toilet	0,532	0,361	Valid
7	Tempat ibadah	0,618	0,361	Valid
8	Kebersihan	0,555	0,361	Valid
9	<i>Foodcourt</i>	0,569	0,361	Valid
10	Kemah	0,408	0,361	Valid
11	Kenyamanan berwisata	0,404	0,361	Valid
12	Ketenangan berwisata	0,583	0,361	Valid
13	Keamanan berwisata	0,496	0,361	Valid
14	Kemudahan pembayaran	0,417	0,361	Valid
15	Keramahan pegawai	0,619	0,361	Valid
16	Kepekaan pegawai	0,450	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji menggunakan *software* IBM SPSS *Statistic* 25 terhadap kuesioner dengan 16 jenis atribut kinerja, nilai *r* tabel diperoleh sebesar 0,361 dari 30 sampel dan hasil hitung keseluruhan atribut lebih besar dari *r* tabel. Pada variabel tingkat kinerja, nilai *r*-hitung paling tinggi yaitu 0,628 pada item pertanyaan kemah dan nilai *r*-hitung paling rendah sebesar 0,362 pada item pertanyaan kepekaan pegawai, sehingga seluruh item pertanyaan dalam kuesioner pada tingkat kinerja adalah valid. Hasil uji validitas pada tingkat kinerja dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil uji validitas uji pertanyaan tingkat kinerja

No	Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Pemandangan	0,403	0,361	Valid
2	Kualitas udara	0,389	0,361	Valid
3	Wahana Bermain	0,414	0,361	Valid
4	Harga	0,433	0,361	Valid
5	Tempat Parkir	0,458	0,361	Valid
6	Toilet	0,394	0,361	Valid
7	Tempat ibadah	0,473	0,361	Valid
8	Kebersihan	0,497	0,361	Valid
9	<i>Foodcourt</i>	0,502	0,361	Valid
10	Kemah	0,628	0,361	Valid
11	Kenyamanan berwisata	0,421	0,361	Valid
12	Ketenangan berwisata	0,422	0,361	Valid
13	Keamanan berwisata	0,414	0,361	Valid
14	Kemudahan pembayaran	0,399	0,361	Valid
15	Keramahan pegawai	0,560	0,361	Valid
16	Kepekaan pegawai	0,362	0,361	Valid

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Alat bantu yang digunakan pada pengujian ini juga menggunakan *software* IBM SPSS *Statistic* 25. Uji ini digunakan untuk mengetahui kereliabelan atribut-atribut yang dipakai dalam kuesioner. Kuesioner yang telah diuji reliabilitas akan memperoleh hasil yang sama, meskipun digunakan pada tempat dan waktu yang berbeda. Hasil uji reliabilitas dihitung dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistic* 25 dan

pengujian reliabilitas menggunakan *statistic Cronbach Alpha*. Menurut Sujarweni (2014), hasil uji reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* dapat dikatakan reliabel jika diperoleh nilai *Cronbach Alpha* $>0,60$ dan jika hasil yang diperoleh $<0,60$ maka, dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan uji reliabilitas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* untuk 16 atribut kepentingan sebesar 0,779 dan atribut kinerja sebesar 0,725. Hasil nilai tersebut lebih besar dari nilai *Cronbach's Alpha* yang telah ditentukan yaitu 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa 16 item atribut kepentingan dan kinerja yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini telah reliabel.

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Untuk menjawab ketiga tujuan dari rumusan masalah digunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dengan metode analisis *Mann-Whitney* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan menilai atribut - atribut dengan menggunakan skala *likert* lima tingkatan yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai skor tingkat kepentingan dan kinerja atribut

Kepentingan	Skor	Kinerja	Skor
Sangat tidak penting	1	Sangat tidak baik	1
Tidak penting	2	Tidak baik	2
Netral	3	Netral	3
Penting	4	Baik	4
Sangat penting	5	Sangat baik	5

Atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian dan dimasukkan kedalam kuesioner berjumlah 16 atribut dan dikelompokkan kedalam tiga bagian kelompok.

3.6.1 Uji *Mann-Whitney*

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama menganalisis perbedaan pengunjung keluarga dan non-keluarga dalam menilai atribut kepentingan dan kinerja adalah uji *Mann-Whitney* merupakan uji statistik non parametrik yang dilakukan untuk mengetahui perbedaan median dua kelompok bebas jika skala data variabel terikatnya adalah ordinal atau rasio, tetapi tidak berdistribusi secara normal. Uji *Mann-Whitney* dapat dilakukan dengan rumus berikut ini:

$$U1 = (n1.n2) + \frac{n1(n1+1)}{2} - R1 \dots \dots \dots (2)$$

$$U1 = (n1.n2) + \frac{n2(n2+1)}{2} - R2 \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

- U1 = Jumlah peringkat 1
- U2 = Jumlah peringkat 2
- n1 = Jumlah sampel 1
- n2 = Jumlah sampel 2
- R1 = Jumlah rangking pada sampel n1
- R2 = Jumlah rangking pada sampel n2

Uji *Mann-Whitney* pada peneltiian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS, yaitu melihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang tertera pada tabel hasil uji statistik. Taraf kepercayaan yang digunakan yaitu 5 persen ($\alpha=0,05$). Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari taraf kepercayaan 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara penilaian pengunjung wisata keluarga dan pengunjung wisata non-keluarga terhadap tingkat kepentingan dan kinerja atribut saat hari kerja dan akhir pekan, begitupun sebaliknya.

3.6.2 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan ketiga menganalisis atribut-atribut yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan kinerjanya adalah *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja suatu atribut. Menurut Algifari (2016), tujuan utama IPA adalah sebagai alat diagnosis untuk memudahkan mengidentifikasi atribut-atribut yang didasarkan pada kepentingan

masing-masing, apakah produk atau jasa tersebut berkinerja buruk atau berkinerja berlebih. Analisis IPA ini akan digunakan untuk membandingkan antara penilaian pengunjung terhadap tingkat kepentingan atribut-atribut yang telah ditentukan (*importance*) dengan tingkat kinerja dari kualitas pelayanan atribut yang dihasilkan (*performance*).

Penggunaan metode IPA ini dapat memperoleh hasil mengenai atribut apa yang dianggap penting oleh pengunjung dan atribut apa saja yang dianggap tidak penting oleh pengunjung. Selain itu, didapatkan juga hasil mengenai kinerja dari atribut-atribut apakah memberikan kinerja yang buruk, baik atau berlebih. Hasil analisis IPA tersebut, pihak wisata alam dapat mengambil tindakan untuk memenuhi kepuasan pengunjung berdasarkan hasil yang akan diperoleh.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis dengan metode IPA menurut Supranto (2006) adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung rata-rata penilaian kinerja (kepuasan) dan kepentingan untuk setiap atribut dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots\dots\dots (4)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

- \bar{X} : Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut ke-i
 \bar{Y} : Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut ke-i
 X_i : Jumlah skor penilaian kinerja atribut ke-i
 Y_i : Jumlah skor penilaian kepentingan atribut ke-i
 n : Jumlah responden

- b. Menghitung rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) dan kepentingan untuk keseluruhan atribut dengan rumus:

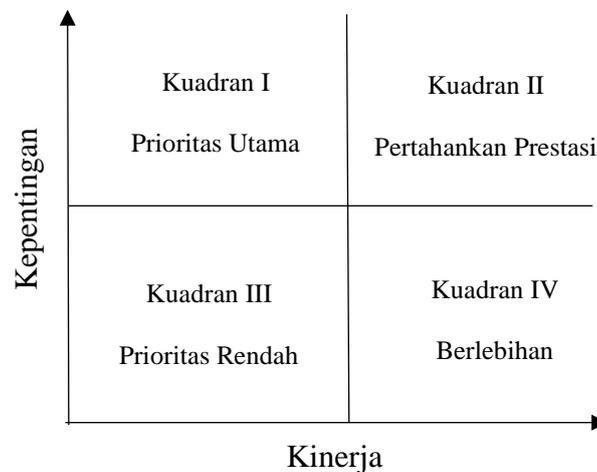
$$X = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{K} \dots\dots\dots (6)$$

$$Y = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{K} \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan:

- X : Nilai rata-rata kinerja seluruh atribut
 Y : Nilai rata-rata kepentingan seluruh atribut
 X_i : Skor rata-rata penilaian kinerja atribut ke-i
 Y_i : Skor rata-rata penilaian kepentingan atribut ke-i
 K : Jumlah atribut

Metode IPA menggunakan diagram kartesius yang dibagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua garis berpotongan tegak lurus. Diagram kartesius pada analisis IPA dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram kartesius IPA

Penjelasan mengenai keempat kuadran di atas sebagai berikut:

- a. Kuadran I (Prioritas utama)
 Kuadran ini diisi dengan atribut-atribut yang dianggap penting oleh pengunjung, tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum memenuhi harapan pengunjung. Tingkat kinerja atribut tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pengunjung terhadap atribut tersebut. Atribut-atribut dalam kuadran I ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya, agar dapat memenuhi kepuasan pengunjung.
- b. Kuadran II (Pertahankan prestasi)
 Kuadran II ini, berisi atribut-atribut yang dianggap penting oleh pengunjung dan memiliki kinerja yang tinggi, karena telah memenuhi harapan

pengunjung terhadap atribut tersebut. Atribut-atribut ini perlu dipertahankan kedepannya, agar pengunjung tetap puas.

c. Kuadran III (Prioritas rendah)

Atribut yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pengunjung dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan terhadap atribut yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali, karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pengunjung sangat kecil.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung dan dirasakan terlalu berlebihan. Peningkatan kinerja atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini hanya akan menyebabkan terjadinya pemborosan sumber daya (Rangkuti, 2006).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan dari penelitian di wisata Bukit XX sebagai berikut:

1. Secara statistik, terdapat perbedaan yang signifikan antara pengunjung keluarga dan pengunjung non-keluarga dalam menilai atribut kepentingan yaitu wahana bermain, *foodcourt*, kemah, ketenangan berwisata, kemudahan pembayaran, dan kepekaan pegawai.
2. Lima atribut yang mempunyai rangking kepentingan tertinggi pada penilaian berdasarkan pengunjung keluarga yaitu kenyamanan berwisata, pemandangan, kualitas udara, keamanan berwisata, dan *foodcourt*. Lain halnya menurut penilaian pengunjung non-keluarga dalam lima atribut yang mempunyai rangking kepentingan tertinggi yaitu kualitas udara, pemandangan, kenyamanan berwisata, ketenangan berwisata, dan harga.
3. Atribut yang harus ditingkatkan kinerjanya adalah wahana bermain, harga, tempat parkir, tempat ibadah, dan *foodcourt*. Atribut yang harus dipertahankan kinerjanya adalah pemandangan, kualitas udara, toilet, kebersihan, kemah, kenyamanan berwisata, ketenangan berwisata, keamanan berwisata, dan keramahan pegawai.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pengelola wisata Bukit XX disarankan untuk lebih memerhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh pengunjung dengan terus melakukan evaluasi

terhadap atribut yang kurang memuaskan bagi pengunjung seperti wahana bermain, harga, tempat parkir, tempat ibadah, dan *foodcourt*. Evaluasi tersebut dapat dilakukan dengan memperhatikan kondisi area wisata hingga pelayanan dari pegawai agar tetap terjaga pertumbuhan jumlah pengunjung dan keberlanjutan destinasi wisata.

Pengelola wisata Bukit XX dapat meningkatkan kualitas dari penyediaan wahana bermain dengan membuat penutup atau kanopi untuk wahana bermain anak-anak agar anak-anak dan orang tua yang ikut mendampingi tidak terpapar langsung sinar matahari. Maka dari itu, pengelola wisata Bukit XX dapat membuat strategi pemasaran di mana dua atau lebih produk atau layanan dijual bersama dengan diskon atau harga khusus. Hal ini menjadi teknik yang sangat efektif dalam meningkatkan penjualan, memperkenalkan produk baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Misalnya membuat promo dengan minimal pembelian 10 tiket masuk akan mendapat potongan harga sebesar Rp5.000,00 dan tiket parkir kendaraan gratis dan berlaku kelipatan. Dengan cara ini, pengunjung bisa akan lebih tertarik untuk membeli yang dirasa lebih ekonomis. Selain itu, bisa sebagai salah satu cara daya tarik pengunjung untuk berwisata ke wisata Bukit XX.

Saran yang dapat diberikan adalah dengan ditingkatkannya kualitas tempat parkir seperti dibuatkan tempat parkir khusus motor dengan alur seperti tangga agar pengunjung yang membawa kendaraan motor tidak terlalu khawatir kendaraannya mudah jatuh atau tergelincir. Selain itu, untuk tempat ibadah musholla perlu disediakan alas kaki berupa sandal ataupun keset dari tempat wudhu ke tempat ibadah agar terhindar dari kotoran atau najis.

Pengelola wisata Bukit XX dapat meningkatkan pelayanan *foodcourt* dengan memberikan layar tv untuk memonitor pesanan yang sudah masuk dan yang sudah dapat diambil oleh pengunjung tanpa harus selalu menanyakan langsung ke penjual.

2. Peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis pada destinasi wisata alam lain disarankan untuk membedakan jenis pengunjung, seperti pengunjung keluarga dan pengunjung non-keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Layanan, Cetakan Ke-1*. BPFEE.
- Ali, 2010. *Konsep Dukungan Keluarga*. Jakarta: Salemba Medika.
- Alkautsar, Z., & Hapsari, M. I. 2014. *Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim*. JESTT, 736-754.
- Al-Khoiriah, R., Prasmatiwi, F. E., dan Affandi, M. I. 2017. Evaluasi Ekonomi dengan Metode Travel Cost pada Taman Wisata Pulau Pahawang Pesawaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 5(4), 406–413.
- Ani Rostiyati. 2013. *Potensi Wisata Di Lampung dan Pengembangannya*.
- Amalia, F.R., Wijayanti, T., dan Rahayu, N.R. 2018. Pemetaan dan Peningkatan Kualitas Layanan Jasa Wisata Pantai Cemara Banyuwangi. *Jurnal of Tourism and Creativity*, 2(2);178-189.
- Astami, Rr. A. G., dan Erli, K. D. M., 2015. Penentuan Prioritas Pengembangan Infrastruktur Kawasan Wisata Bahari di Desa Sumberejo, Desa Lojejer dan Desa Puger Kulon, Kabupaten Jember berdasarkan Preferensi Pengunjung dan Masyarakat. Surabaya. *Jurnal Teknik ITS* Vol. 4, No. 1.
- Azwar, S. 2007. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Cohen, L., Manion, L., dan Morrison, K. 2018. *Research Methods in Education (8th ed.)*. London. Routledge.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi ke-4*. Universitas Diponegoro.
- Hanunnindya, P.R., Agam, M. 2022. Tingkat Kepentingan dan Kinerja Destinasi Wisata Taman Tebing Breksi Berdasarkan Persepsi Wisatawan. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*. Vol 22:2.
- Ikasari, H., Ida, F. 2017. Peningkatan Kepuasan Wisatawan Terhadap Pariwisata Kota Semarang Dengan *Importance Performance Analysis*. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu*.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, B. 2015. *Praktikum Metode Riset*. Jakarta. Salemba Empat.
- Mardiana, I. dan R. N. Rubiyanti. 2017. Analisis kepuasan pelanggan berdasarkan dimensi SERVQUAL menggunakan metode importance performance analysis (studi pada Indihome Witel Bandung). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship* 11(1): 47 – 58.
- Martilla, J. A. and James, J.C. 1977. *Importance-Performance Analysis. The Journal of Marketing*. 41(1), pp. 77-79.
- Marwulandari, R., Wijaya Saputra, S., dan Anhar Solichin. 2019. Valuasi Ekonomi Kegiatan Pariwisata di Pantai Cahaya dan Pantai Sendang Sikucing Kendal. *Journal of Maquares*, 8(2), 63–69.
- Muhdani, Medi. 2024. Analisis Kepentingan Dan Kinerja Atribut Destinasi Wisata Puncak Mas Bandar Lampung. *Skripsi*. Lampung. Universitas Lampung.
- Muslimah, P.A., Indriani, Y., dan Adawiyah, R. 2024. Analisis Perilaku Konsumen Dievha Café di Kecamatan Sumber Jaya Kabupaten Lampung Barat. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 12(1), 23-30.
- Nabila, A., Eddi B. K., dan Wisnu S. 2021. Atribut-Atribut Pembentuk City Image Pada Kawasan Tugu Malang Berdasarkan Persepsi Wisatawan. *Planning for Urban Region and Environment Journal (PURE)* 10(3):41-52
- Novintara, I. A. V., Hudoyo, A., dan Sulaiman, A. 2022. Analisis Kepentingan - Kinerja Atribut Destinasi Wisata Pantai Mutun Di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis:Journal of Agribusiness Science*, 10(1):108- 115.
- Oktaviani, R.W. dan Suryana, R.N. 2016. Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Wisata Agro (Studi Kasus Di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor). *Jurnal Agro Ekonomi*, 24(1):41-58.
- Pitana, I. Gede dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta. Andi.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 2016. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta. McGraw-Hill Education (Asia) dan Salemba Empat.
- Putra, R. E. S., Sari, N., dan Dian D. 2022. Kajian Kinerja Pelayanan Objek Wisata Alam Berdasarkan Preferensi Wisatawan dalam Berwisata di Kabupaten Trenggalek. *Planning for Urban Region and Environment*, Volume 11.
- Putra, R.E., Yuwono, S.B., Herwanti, S., dan Wulandari, C. 2023. Karakteristik Pengunjung Pada Wisata Alam Air Terjun Batu Putu Kota Bandar Lampung.

- Jurnal Belantara, 6(1), 1–11.
- Rangkuti, F. 2006. *Measuring Customer Satifaction, Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Singgih. 2015. *Menguasai Statistik Nonparametrik*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Schanzel, H dan Ian Y. 2014. The Future of Family Tourism. *Tourism Recreation Research*. Vol 39: 343-360.
- Setiawan, M.R. 2019. Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Atribut Pariwisata Syariah Dikawasan Wisata Iboih Kota Sabang (Menggunakan Metode *Importance Perfomance Analysis*). *Jurnal of Islamic Studies*, 6(1):15-26.
- Septiningtrias, A. 2011. Analisis Tingkat Kepentingan (*Importance*) dan Kinerja (*Perfomance*) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Obyek Wisata Rembangan Jember. *Skripsi*. Universitas Jember.
- Soekanto, Soerjono. 2004. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2015. *Statistik Nonparametris untuk penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.
- Sukardi. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sumanto. 2014. Teori dan Aplikasi Metode Penelitian. Dalam Sumanto, *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Sumawidari, I., A., dan Kadek, M., 2020. Tingkat Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Tegunungan Waterfall Gianyar, Bali. *Jurnal Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif*. Vol 6:2.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakart.: Rineka Cipta.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Andi: Yogyakarta.
- 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* Vol. 19 No.2.

Trecylyia, V., . Firdasari, dan 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 Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.