

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN
WISATAWAN PANTAI KERANG MAS, LABUHAN MARINGGAI
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR TAHUN 2025**

(Skripsi)

**Oleh
AHMAD FIRZA ALFAREZ
NPM 1913034015**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI PANTAI KERANG MAS LABUHAN MARINGGAI LAMPUNG TIMUR TAHUN 2025

Oleh

AHMAD FIRZA ALFAREZ

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komponen 4A Daya Tarik Wisata, yaitu atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary*, terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Kerang Mas Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Populasi penelitian mencakup seluruh pengunjung Pantai Kerang Mas. Sampel diambil sebanyak 50 responden dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* berupa *accidental sampling*. Analisis data dilakukan dengan uji regresi linier berganda menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Atraksi wisata tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan; (2) Aksesibilitas wisata tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan; (3) Amenitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan; (4) *Ancillary* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan; dan (5) Secara bersama-sama, atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Kerang Mas.

Kata kunci: daya tarik, kepuasan wisatawan, pantai.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF TOURISM APPEAL ON VISITOR SATISFACTION AT KERANG MAS BEACH, LABUHAN MARINGGAI, EAST LAMPUNG 2025

By

AHMAD FIRZA ALFAREZ

This study examines the influence of the 4A tourism components Attraction, Accessibility, Amenities, and Ancillary Services on visitor satisfaction at Kerang Mas Beach, Labuhan Maringgai, East Lampung Regency. This quantitative research uses primary data collected through observation, interviews, questionnaires, and documentation. The research population includes all visitors to Kerang Mas Beach. A sample of 50 respondents was selected using the accidental sampling technique under non-probability sampling. Data were analyzed using multiple linear regression analysis with SPSS software. The results show that: (1) Attraction does not have a positive and significant effect on visitor satisfaction; (2) Accessibility does not have a positive or significant effect on visitor satisfaction; (3) Amenities have a positive and significant effect on visitor satisfaction; (4) Ancillary Services do not have a positive and significant effect on visitor satisfaction; and (5) Collectively, Attraction, Accessibility, Amenities, and Ancillary Services have a positive and significant effect on visitor satisfaction at Kerang Mas Beach.

Keywords: influence, visitor satisfaction, beach.

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN
WISATAWAN PANTAI KERANG MAS, LABUHAN MARINGGAI
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR TAHUN 2025**

Oleh

AHMAD FIRZA ALFAREZ

Skripsi

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

Pada

**Program Studi Pendidikan Geografi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul Skripsi : **PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PANTAI KERANG MAS, LABUHAN MARINGGAI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR TAHUN 2025**

Nama Mahasiswa : **Ahmad Firza Alfarez**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1913034015

Program Studi : Pendidikan Geografi

Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Pembimbing Utama,

Pembimbing Pembantu,

Dr. Irma Lusi Nugraheni, S.Pd., M.Si — **Dr. Novia Fitri Istiawati, M.Pd.**

NIP 19800727 200604 2 001

NIP 19891106 201903 2 013

Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,

Koordinator Program Studi Pendidikan Geografi,

Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd.
NIP 19741108 200501 1 003

Dr. Sugeng Widodo, M.Pd.
NIP 19750517 200501 1 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

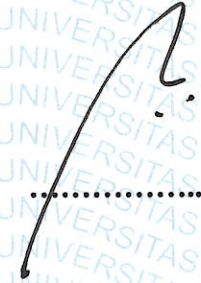
Ketua : **Dr. Irma Lusi Nugraheni, S.Pd., M.Si.**



Sekretaris : **Dr. Novia Fitri Istiawati, S.Pd., M.Pd.**



Penguji : **Dr. Rahma Kurnia SU, S.Si., M.Pd.**



2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dr. Albet Maydiantoro, M.Pd.

NIP. 19870504 201404 1 001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **22 Januari 2026**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Firza Alfarez

NPM : 1913034015

Program Studi : Pendidikan Geografi Jurusan/Fakultas : PIPS/FKIP

Alamat : Jalan Gang 6 Timur, Desa Waymili, Kecamatan Gunung
Pelindung, Kabupaten Lampung Timur, Provinsi Lampung

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai Kabupaten Lampung Timur Tahun 2025” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis yang diacukan dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 22 Januari 2026



Ahmad Firza Alfarez
NPM 1913034015

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Ahmad Firza Alfarez dan biasa disapa dengan nama panggilan Firza. Penulis dilahirkan di Kota Yogyakarta pada Selasa, 18 September 2001. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Supen Herry dan Ibu Sulistya Wardani.

Pendidikan formal yang telah ditempuh penulis, diantaranya yaitu:

1. TK ABA Way Mili, Gunung Pelindung pada tahun 2006-2007.
2. SDN 1 Way Mili, Gunung Pelindung pada tahun 2007-2013.
3. SMP Negeri 1 Gunung Pelindung, Gunung Pelindung pada tahun 2013-2016.
4. SMA Negeri 1 Way Jepara Lampung Timur pada tahun 2016-2019.
5. Pada tahun 2019. Penulis diterima menjadi Mahasiswa S-1 Program Studi Pendidikan Geografi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN.

Selama menjadi mahasiswa, penulis melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata di Desa Purwokencono, Kecamatan Sekampung Udik, Kabupaten Lampung Timur dan PLP di SDN 1 Purwokencono, Sekampung Udik, Lampung Timur mulai dari bulan Januari sampai dengan Februari 2022.

MOTTO

" Jangan hanya menunggu jalan terbuka. Jadilah pejalan yang mengukir jalannya sendiri. Mulailah dari langkah pertama di persimpangan yang kini kau hadapi."

"It always seems impossible until it's done"

(Nelson Mandela)

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sampai mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka sendiri."

(QS. Ar-Ra'd Ayat 11)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang mendalam ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, karya ilmiah ini penulis persembahkan kepada:

Untuk Keluarga Tercinta.

Terima kasih atas doa, dukungan, kesabaran, dan pengorbanan yang senantiasa diberikan selama proses pendidikan hingga penyusunan skripsi ini. Keberhasilan ini tidak terlepas dari peran dan ketulusan keluarga.

Untuk Bapak dan Ibu Dosen Pembimbing.

Saya ucapkan terima kasih atas waktu, ilmu, kesabaran, dan bimbingan yang tulus. Pengalaman dari setiap arahan Bapak dan Ibu tidak hanya membimbing penulisan skripsi ini, tetapi juga membentuk cara berpikir dan integritas saya ke depan.

Untuk Sahabat dan Teman Seperjuangan.

Saya berterima kasih atas tawa yang mengusir penat, bahu yang menjadi sandaran, dan semangat yang tak pernah padam. Perjalanan ini terasa lebih ringan dan berwarna karena adanya teman-teman.

Untuk Diriku Sendiri.

Terima kasih telah berusaha keras dan bertahan. Nikmati momen ini, lalu bersiaplah untuk petualangan berikutnya. Teruslah tumbuh dan bersyukur.

Dan akhirnya, untuk Almamater tercinta, Universitas Lampung, saya ucapkan terima kasih telah menjadi tanah tempat ilmu ini bertumbuh.

SANWACANA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayat, atas ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Pantai Kerang Mas Lampung Timur Tahun 2025”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Geografi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang dinantikan syafaatnya di hari akhir kelak. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari doa, bantuan, saran dan motivasi dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan penuh ketulusan, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd., selaku Dekan FKIP Universitas Lampung.
2. Dr. Riswandi, M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama FKIP Universitas Lampung.
3. Bambang Riadi S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan FKIP Universitas Lampung.
4. Hermi Yanzi, S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni FKIP Universitas Lampung.
5. Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung.
6. Dr. Sugeng Widodo, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Geografi FKIP Universitas Lampung. Terima kasih atas bimbingan

dan waktu yang telah diberikan. Semoga Bapak dan keluarga senantiasa dilimpahi rahmat Allah SWT.

7. Dr. Irma Lusi Nugraheni, M.Si., selaku Pembimbing 1. Terima kasih atas waktu, tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan dengan penuh kesabaran dalam membimbing penulis. Setiap diskusi dan catatan koreksi yang Ibu berikan merupakan pelajaran berharga yang turut meningkatkan kualitas skripsi ini.
8. Dr. Novia Fitri Istiawati, M.Pd., selaku Pembimbing 2 sekaligus Pembimbing Akademik. Terima kasih atas bimbingan, solusi praktis, serta dukungan moral yang senantiasa diberikan. Peran Ibu tidak hanya sebagai pembimbing skripsi, tetapi juga sebagai pendamping dalam perjalanan akademik penulis.
9. Dr. Rahma Kurnia Sri Utami, S.Si., M.Pd., selaku Dosen Pembahas yang telah memberikan kritik, saran, bimbingan dan motivasi kepada penulis. Terima kasih atas segala bimbingan dan waktu yang telah diluangkan.
10. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Geografi yang telah memberikan arahan, motivasi, serta ilmu pengetahuan yang sangat berharga.
11. Orang tua tercinta, Ibu Sulistya Wardani dan Bapak Supen Herry. Terima kasih atas segala pengorbanan, perjuangan dan kasih sayang yang tak terhingga. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kasih sayang-Nya dan mempertemukan kita sekeluarga di surga-Nya.
12. Nazula Zalfa Faemilza, adik tersayang, terima kasih telah menjadi sosok yang selalu mendukung dan mewarnai hari-hari penulis serta telah menjadi adik yang baik.
13. Keluarga besar, terima kasih atas motivasi dan nasihat yang diberikan. Semoga Allah membalas segala kebaikan serta senantiasa memberikan kesehatan dan keberkahan.
14. Khadijah Alliya Fidien, terima kasih telah menjadi sosok yang selalu mendampingi dan meluangkan waktu untuk memberikan dukungan

tulus. Bantuan moril maupun materiil yang diberikan sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan perjalanan skripsi ini.

15. Grup Solidaritas: Yanto Sanjaya, Andi Pangestu, Muhammad Roma Firmansyah, Ayu Kamalia Hidayati, Suci Andriyani, Nadia Putri Azizah dan Uswatun Hasanah. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan dan keceriaan yang diberikan. Semoga kita semua meraih kesuksesan masing-masing.
16. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Geografi angkatan 2019 atas kebersamaan selama menempuh studi. Semoga segala jalan menuju kesuksesan kita dimudahkan.
17. Diriku sendiri, terima kasih telah bertahan, melewati setiap rintangan dan tidak pernah menyerah. Teruslah bersemangat untuk melangkah ke depan.

Bandar Lampung, 9 April 2026

Penulis,

Ahmad Firza Alfarez

NPM 1913034015

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Geografi Pariwisata	12
2.2 Pariwisata	13
2.2.1 Pengertian Pariwisata.....	13
2.2.2 Jenis-Jenis Wisata.....	14
2.3 Wisatawan	16
2.4 Daya Tarik Wisata.....	17
2.4.1 Atraksi.....	17
2.4.2 Fasilitas Wisata (<i>Amenities</i>)	18
2.4.3 Keterjangkauan (<i>Accessibility</i>).....	19
2.4.4 <i>Ancillary</i>	20
2.5 Kepuasan Wisatawan	21
2.5.1 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Wisatawan	22
2.5.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan	23
2.5.3 Elemen Kepuasan Wisatawan.....	24
2.5.4 Indikator Kepuasan Wisatawan	25

2.6	Hubungan Antar Variabel	26
2.6.1	Pengaruh Atraksi Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	26
2.6.2	Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan	27
2.6.3	Pengaruh Amenitas Terhadap Kepuasan Wisatawan	27
2.6.4	Pengaruh <i>Ancillary</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	28
2.6.5	Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan <i>Ancillary</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	28
2.7	Penelitian Relevan	30
2.8	Kerangka Berpikir	32
2.9	Hipotesis Penelitian	32
III.	METODE PENELITIAN.....	33
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
3.3	Sumber Data	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data	35
3.5	Populasi dan Sampel	37
3.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.7	Instrumen Penelitian	40
3.8	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
3.8.1	Uji Validitas.....	43
3.8.2	Uji Reliabilitas	44
3.9	Uji Prasyarat	44
3.9.1	Uji Normalitas	44
3.9.2	Uji Multikolinearitas.....	45
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	45
3.10	Uji Hipotesis.....	46
3.10.1	Uji t (Parsial)	47
3.10.2	Uji f (Simultan)	49
3.10.3	Koefisien Determinasi (R^2)	50
3.11	Diagram Alir Penelitian	52

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	53
4.1.1 Keadaan Geografis Lokasi Penelitian.....	53
4.1.2 Topografi Lokasi Penelitian	53
4.2 Gambaran Umum Objek Wisata Pantai Kerang Mas.....	54
4.2.1 Sejarah Objek Wisata	54
4.2.2 Potensi Wisata Pantai Kerang Mas.....	55
4.3 Tahapan penelitian	64
4.3.1 Persiapan Penelitian.....	64
4.3.2 Pelaksanaan Penelitian.....	70
4.4 Hasil Penelitian.....	71
4.4.1 Karakteristik Responden.....	71
4.4.2 Deskripsi Data Penelitian	72
4.4.3 Uji Prasyarat Analisis Data	86
4.4.5 Uji hipotesis	89
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
4.5.1 Pengaruh Atraksi (X1) Terhadap Kepuasan Wisatawan	96
4.5.2 Pengaruh Aksesibilitas (X2) Terhadap Kepuasan Wisatawan	99
4.5.3 Pengaruh Amenitas (X3) Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	103
4.5.4 Pengaruh <i>Ancillary</i> (X4) Terhadap Kepuasan Wisatawan	105
4.5.5 Pengaruh Secara Simultan Atraksi (X1), Aksesibilitas (X2), Amenitas (X3) dan <i>Ancillary</i> (X4) Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	108
4.5.6 Kelemahan Penelitian.....	109
V. KESIMPULAN	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	112
DFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Jumlah Pengunjung Objek Wisata Pantai Kerang Mas 2025	3
Tabel 2. Jumlah Fasilitas Objek Wisata Pantai Kerang Mas	3
Tabel 3. Matriks Aksesibilitas Pantai Kerang Mas	4
Tabel 4. Penelitian Relevan.....	30
Tabel 5. Skor Penilaian Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 6. Definisi Operasional Variabel (DOV)	40
Tabel 7. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	42
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel X1	66
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Aksesibilitas	67
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Amenitas.....	68
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Ancillary</i>	68
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Wisatawan	69
Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	72
Tabel 17. Distribusi Frekuensi Variabel Atraksi (X1).....	74
Tabel 18. Kategori Variabel Atraksi (X1).....	74
Tabel 19. Skor Indikator Variabel Atraksi (X1)	75
Tabel 20. Distribusi Frekuensi Variabel Aksesibilitas (X2)	76
Tabel 21. Kategori Variabel Aksesibilitas (X2).....	77
Tabel 22. Skor Indikator Variabel Aksesibilitas (X2)	77
Tabel 23. Distribusi Frekuensi Variabel Amenitas (X3)	79
Tabel 24. Kategori Variabel Amenitas (X3).....	79
Tabel 25. Skor Indikator Variabel Amenitas (X3).....	80
Tabel 26. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Ancillary</i> (X4).....	81
Tabel 27. Kategori Variabel <i>Ancillary</i> (X4)	82
Tabel 28. Skor Indikator Variabel <i>Ancillary</i> (X4)	82
Tabel 29. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)	84
Tabel 30. Kategori Variabel Kepuasan Wisatawan (Y).....	84
Tabel 31. Skor Indikator Variabel Kepuasan Wisatawan (Y).....	85
Tabel 32. Uji Normalitas.....	86
Tabel 33. Hasil Uji Multikolinieritas	87
Tabel 34. Hasil Uji Glejser	88
Tabel 35. Hasil Uji t.....	90
Tabel 36. Hasil Uji F.....	93
Tabel 37. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Pantai Kerang Mas	2
Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian.....	32
Gambar 3. Peta Lokasi Penelitian	34
Gambar 4. Diagram Alir Penelitian	52
Gambar 5. Tiket Pantai Kerang Mas.....	55
Gambar 6. Keindahan Pantai Kerang Mas	56
Gambar 7. Atraksi Banana Boat.....	57
Gambar 8. Atraksi Perahu Kayak.....	57
Gambar 9. Kamar Bilas.....	59
Gambar 10. Toilet Umum	59
Gambar 11. Mushola.....	59
Gambar 12. Tempat Kuliner	60
Gambar 13. Gazebo Pantai.....	61
Gambar 14. Area Lapangan Parkir.....	61
Gambar 15. Menara Pantau.....	62
Gambar 16. Pusat Informasi.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	121
Lampiran 2. Lembar Observasi	129
Lampiran 3. Lembar Wawancara	130
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian Pendahuluan	131
Lampiran 5. Surat Izin Penelitian	132
Lampiran 6. Dokumentasi Lapangan	133
Lampiran 7. Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas	136
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas	141
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas	146
Lampiran 10. Data Wisatawan Pantai Kerang Mas	151
Lampiran 11. Data Jawaban Responden Terhadap Kuesioner Penelitian.....	153
Lampiran 12. Hasil Uji Normalitas	157
Lampiran 13. Hasil Uji Multikolinieritas	157
Lampiran 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas	158
Lampiran 15. Hasil Uji Pearson Correlation	159
Lampiran 16. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t Parsial ..	160
Lampiran 17. Hasil Uji f Simultan	160
Lampiran 18. Hasil Uji Koefiesien Determinasi	160

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia terkenal menjadi negara dengan potensi pariwisata yang cukup kaya, mencakup destinasi alam dan buatan manusia yang tersebar di berbagai wilayah, masing-masing menawarkan daya tarik, keindahan dan keunikan tersendiri bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Pemandangan yang menakjubkan, keragaman alam yang luar biasa, sumber daya alam yang melimpah, serta keberagaman bahasa, agama dan tradisi masyarakatnya menjadikan Indonesia bagaikan miniatur dunia (Fajaria, 2020). Dalam beberapa dekade terakhir, industri pariwisata Indonesia tumbuh pesat dan menjadi sektor strategis dalam perekonomian nasional, berperan krusial untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan, serta memperkenalkan budaya Indonesia di tengah era globalisasi. Sejalan dengan amanat Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 terkait Kepariwisataaan, pengembangan dan peningkatan daya tarik wisata baik alam maupun buatan menjadi fokus utama pembangunan kepariwisataaan. Sehingga, seluruh langkah senantiasa dijalankan guna mencapai peningkatan kualitas daya tarik wisata dan kepuasan pengunjung sebagai prioritas dalam membangun industri pariwisata Indonesia yang berkelanjutan dan kompetitif di tingkat global.

Salah satu contoh nyata dari potensi tersebut dapat dilihat pada Provinsi Lampung. Berlokasi di ujung selatan Pulau Sumatera, provinsi ini memiliki wilayah yang luas dengan beragam objek wisata unggulan. Destinasi alam yang terkenal antara lain Pulau Pahawang dengan keindahan bawah lautnya, Teluk Kiluan yang menjadi habitat lumba-lumba. Untuk wisata konservasi, terdapat Taman Nasional Way Kambas sebagai suaka gajah sumatera dan Taman

Nasional Bukit Barisan Selatan yang adalah Situs Warisan Dunia UNESCO. Lampung juga memiliki daya tarik geografis yang unik seperti Gunung Krakatau, serta warisan budaya berharga yaitu Kerajinan Kain Tapis yang telah diakui secara nasional. Pergerakan sektor pariwisata provinsi ini semakin nyata dengan adanya pemulihan dan pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan, termasuk domestik ataupun mancanegara, pada lima tahun terakhir (2020–2025). Setelah menurun karena pandemi Covid-19 di tahun 2020, statistik kunjungan menunjukkan trend positif yang signifikan hingga tahun 2025.

Kabupaten Lampung Timur, yang secara geografis berbatasan langsung dengan Laut Jawa, ialah salah satu wilayah di Provinsi Lampung dengan potensi wisata bahari yang signifikan. Salah satu destinasi unggulan yang dikembangkan di kawasan ini adalah Pantai Kerang Mas, terletak di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai. Objek wisata ini mulai beroperasi secara komersial pada tahun 2011 dan menunjukkan perkembangan yang pesat hingga tahun 2017.



Gambar 1. Pantai Kerang Mas

Sumber: Ahmad Firza Alfarez, 2025. Dokumentasi Penelitian Pantai Kerang Mas.

Berdasarkan data dari pengelola tahun 2025, arus kunjungan wisatawan ke Pantai Kerang Mas menunjukkan pola yang dinamis. Data tersebut mengindikasikan bahwa objek wisata ini memiliki daya tarik dan tetap menjadi salah satu destinasi andalan di wilayah Kabupaten Lampung Timur. Berikut

merupakan data kunjungan wisatawan Pantai Kerang Mas tahun 2025:

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Objek Wisata Pantai Kerang Mas 2025

Bulan		Jumlah Pengunjung
1.	Januari	147
2.	Februari	129
3.	Maret	115
4.	April	236
5.	Mei	270
6.	Juni	190
7.	Juli	164
8.	Agustus	155
9.	September	109
Total		1.515
Rata-Rata		168

Sumber: Data internal pengelola objek wisata Pantai Kerang Mas

Pantai Kerang Mas menawarkan panorama alam dan wahana rekreasi air (banana boat, perahu, kayak, ban pelampung) serta darat (ATV). Tarif masuk sebesar Rp10.000 per orang. Fasilitas pendukung tersedia lengkap mencakup area parkir, toilet umum, mushola, kamar bilas, gazebo, tempat sampah dan warung kuliner sesuai dengan Tabel 2. Destinasi wisata ini juga memiliki *ancillary* berupa jaringan seluler dan WiFi dari pengelola serta pedagang yang memungkinkan wisatawan tetap terhubung selama berkunjung untuk menunjang aktivitas rekreasi.

Tabel 2. Jumlah Fasilitas Objek Wisata Pantai Kerang Mas

Kategori	Jumlah
Fasilitas Umum	Pendopo: 1, Toilet Umum: 4, Mushola: 1, Tempat Parkir: 1, Kamar Bilas: 10
Tempat Bersantai	Gazebo: 30
Fasilitas Kuliner / Jasa Sewa	Warung Kuliner/Jasa Sewa: 30
Fasilitas Khusus	Menara Pemantau: 1
Fasilitas Kebersihan	Tempat Sampah: 20

Sumber: Data internal pengelola objek wisata Pantai Kerang Mas tahun 2025

Pantai Kerang Mas memiliki aksesibilitas fisik yang memadai dengan keterhubungan dari beberapa titik utama di Provinsi Lampung. Berdasarkan

Tabel 3, destinasi ini dapat diakses dari tiga lokasi utama: Kota Bandar Lampung sebagai ibu kota provinsi, Sukadana sebagai ibu kota kabupaten dan pusat Kecamatan Labuhan Maringgai yang merupakan wilayah terdekat. Aksesibilitas tersebut didukung oleh ketersediaan moda transportasi yang beragam, mencakup kendaraan pribadi roda dua dan empat, serta angkutan umum bus untuk rute dari Bandar Lampung dan Sukadana. Lokasi pantai juga telah terintegrasi dengan baik dalam sistem navigasi digital seperti Google Maps, memudahkan wisatawan dalam merencanakan rute perjalanan. Namun, berdasarkan observasi lapangan, kondisi infrastruktur jalan menuju lokasi masih perlu perhatian. Terutama pada ruas jalan terakhir yang menuju pantai, kondisi jalannya relatif sempit, bergelombang dan belum seluruhnya ideal. Hal ini menyebabkan perjalanan memerlukan kehati-hatian ekstra, terutama saat berpapasan dengan kendaraan lain atau dalam kondisi cuaca tertentu. Berikut merupakan matriks aksesibilitas untuk menuju Pantai Kerang Mas, Lampung Timur:

Tabel 3. Matriks Aksesibilitas Pantai Kerang Mas

Asal	Jarak (km)	Waktu Tempuh (menit)	Moda Transportasi
Bandar Lampung	80 Km	120 menit	Kendaraan Pribadi Roda 2 dan Roda 4, Transportasi Umum Bus
Sukadana	55 Km	70 Menit	Kendaraan Pribadi Roda 2 dan Roda 4, Transportasi Umum Bus
Labuhan Maringgai	3,6 Km	11 menit	Kendaraan Pribadi Roda 2 dan Roda 4

Sumber : Hasil olah data Tahun 2025

Untuk menganalisis kepuasan wisatawan terhadap suatu destinasi, kualitas yang ditawarkan menjadi faktor kunci. Untuk menilainya secara komprehensif, konsep 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity dan Ancillary*) yang dikembangkan oleh Cooper *et al.* (2008) dapat dijadikan kerangka analisis yang holistik. Konsep ini merupakan pengembangan dari model sebelumnya dengan menambahkan aspek *ancillary*, sehingga menekankan bahwa daya tarik suatu kawasan wisata harus didukung secara sinergis oleh kemudahan mencapainya,

ketersediaan fasilitas penunjang, serta layanan pelengkap. Keberhasilan sebuah destinasi dalam menarik kunjungan, memperpanjang masa tinggal (*Length of Stay*) dan membangun minat berkunjung kembali sangat bergantung pada integrasi keempat aspek ini (Prayoga *et al.*, 2022).

Atraksi merupakan komponen paling krusial dalam memikat pengunjung dan memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Atraksi efektif terbagi dalam tiga kelompok utama: sumber daya alam, atraksi budaya/seni, serta atraksi buatan manusia. Keberadaan elemen-elemen ini menjadi dasar motivasi dan alasan wisatawan memilih sebuah destinasi (Darmawan, 2019). Soekadijo (2000) menegaskan bahwa atraksi berkualitas harus mampu menarik volume pengunjung tinggi, memperpanjang durasi kunjungan, serta memberikan kepuasan maksimal.

Aksesibilitas merujuk pada kemudahan menjangkau destinasi, meliputi jarak yang tidak terlalu jauh, ketersediaan moda transportasi yang kontinu, konsisten, terjangkau, nyaman dan aman. Aspek ini menjadi indikator penawaran vital dalam pariwisata karena melibatkan koordinasi lintas sektor (Suwantoro, 2000). Ketidakhadiran jaringan transportasi yang memadai akan menghambat akses wisatawan ke sebuah destinasi. Soekadijo (2003) mengemukakan bahwa aksesibilitas ideal harus memenuhi tiga kriteria: informasi yang mudah diperoleh dan tampak jelas, rute yang dapat ditempuh tanpa hambatan ekstrem, serta kondisi jalan yang aman hingga mencapai titik akhir tujuan.

Amenitas mencakup seluruh infrastruktur pendukung yang mencapai pemenuhan kebutuhan serta preferensi wisatawan selama kunjungan. Fasilitas ini meliputi akomodasi, tempat makan dan sarana hiburan yang memungkinkan mobilitas wisatawan di destinasi (Darmawan, 2019). Rusvitasari dan Solikhin (2014) mendefinisikan amenitas sebagai seluruh jenis fasilitas dan infrastruktur yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka selama berada di lokasi wisata. Volume kunjungan pada periode tertentu dapat menjadi tolok ukur kecukupan fasilitas yang disediakan (Soekadijo, 2000).

Ancillary meliputi jasa komersial tambahan seperti outlet kuliner, rental peralatan, serta pusat informasi destinasi (Cooper *et al.*, 2008). Komponen ini sering menjadi pembeda kualitas destinasi dan berperan langsung dalam perekonomian lokal serta kepuasan holistik wisatawan.

Hasil observasi pra penelitian di Pantai Kerang Mas diperoleh temuan sebagai berikut. Pertama, pada aspek atraksi, pantai ini menawarkan panorama alam yang indah dan beragam wahana rekreasi seperti banana boat, kayak dan ATV. Namun, aktivitas wisata tersebut sangat bergantung pada kondisi cuaca dan ombak laut. Selain itu, berdasarkan pengamatan, wahana-wahana tersebut seringkali tidak beroperasi pada hari-hari biasa dan hanya dikeluarkan secara penuh di penghujung pekan ataupun hari libur nasional. Hal tersebut menyebabkan variasi pengalaman wisatawan menjadi terbatas pada periode kunjungan tertentu. Kombinasi ketergantungan pada cuaca dan hari operasional ini menunjukkan bahwa atraksi yang ada perlu dikembangkan dengan kegiatan yang lebih konsisten, bervariasi dan tidak terlalu bergantung pada faktor eksternal untuk menghindari kesan monoton.

Kedua, dalam hal aksesibilitas, meskipun lokasi dapat dicapai dengan kendaraan pribadi dan telah terpetakan di aplikasi navigasi, akses transportasi umum yang langsung menuju objek wisata masih sangat terbatas. Selain itu, terdapat beberapa ruas jalan menuju lokasi, terutama dari akses terdekat, yang kondisinya masih sempit, bergelombang dan kurang ideal. Informasi alamat secara fisik (seperti papan penunjuk arah) juga dinilai belum cukup jelas dan kurangnya penerangan jalan (lampu jalan) di beberapa titik berpotensi mengurangi kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan yang berkunjung hingga sore atau malam hari.

Ketiga, mengenai amenitas (fasilitas dasar), meskipun telah tersedia fasilitas seperti toilet umum, mushola dan kamar bilas, kapasitasnya diduga belum memadai saat kunjungan padat. Hal ini berpotensi menyebabkan antrean panjang, terutama di toilet, yang dapat mengurangi kenyamanan. Selain itu, dari

segi fasilitas kesehatan, kawasan ini belum dilengkapi dengan klinik atau pos kesehatan, sehingga kurang siap menghadapi keadaan darurat medis selama masa kunjungan wisatawan.

Keempat, terkait *ancillary* seperti warung kuliner dan penyewaan peralatan, keberadaannya telah memenuhi kebutuhan dasar. Namun, keragaman dan kualitas layanan dari warung-warung tersebut masih perlu ditingkatkan untuk memberikan nilai tambah dan memenuhi selera wisatawan yang beragam, sekaligus memperpanjang durasi kunjungan mereka.

Berdasarkan dengan pernyataan uraian ulasan pada *Google Maps* dari masyarakat yang telah mengunjungi Pantai Kerang Mas, yang memiliki 1.481 ulasan dengan rata-rata penilaian 4.1 bintang, diperoleh gambaran mendetail mengenai pengalaman wisatawan. Seperti yang diungkapkan oleh Kholis Oetho (4 bintang) bahwa pantai ini bagus untuk anak-anak dengan air yang tenang dan dangkal, serta menyoroti kedekatan lokasi dengan Tempat Pelelangan Ikan (TPI) sebagai nilai tambah. Namun, ia juga memberi catatan tentang harga air untuk bilas yang dirasa agak lumayan. Sementara itu, Ari Supangi (1 bintang) menyampaikan kekecewaan mendalam, menyebut bahwa tiket masuk, gazebo dan air bilas dianggap mahal, pantainya kurang bersih dan menyatakan tidak berminat berkunjung kembali. Di sisi lain, Joni Guswara (5 bintang) memberikan penilaian sangat positif dengan mendeskripsikan kondisi jalan yang sangat baik meskipun agak sempit, laut yang tenang, angin sejuk dan garis pantai yang panjang, meski juga mengakui bahwa hamparan pasirnya tidak sebersih pantai di pesisir lain.

Dari uraian latar belakang diatas berdasarkan fluktuasi kunjungan (1.091 wisatawan pada sembilan bulan pertama 2025), rating Google Maps 4.1/5 dari 1.481 ulasan dan beberapa ulasan *local guide*, serta temuan observasi pra-penelitian terkait dengan masalah utama Pantai Kerang Mas adalah atraksi yang sangat bergantung pada cuaca dan hanya aktif di hari libur panjang, ditunjang oleh akses jalan yang buruk, fasilitas yang terbatas saat ramai, serta kurangnya

ancillary yang unik, sehingga mengurangi kenyamanan dan pengalaman wisatawan sehingga dirumuskan masalah utama: Bagaimana pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary* secara parsial dan simultan terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Kerang Mas, Kabupaten Lampung Timur.

Oleh karena itu, penelitian ini dijalankan guna memahami pengaruh keempat dimensi daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan, sehingga dapat memberikan rekomendasi empiris bagi pengelola destinasi dan kontribusi akademis dalam pengembangan pariwisata bahari di wilayah Lampung Timur. Sehingga perlu dilakukan penelitian terkait “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai Kabupaten Lampung Timur”.

1.2 Batasan Masalah

Sesuai identifikasi masalah yang sudah diuraikan, dibutuhkan suatu pembatasan masalah. Penelitian ini difokuskan kepada pengaruh atraksi (daya tarik), aksesibilitas (kemudahan untuk mencapai destinasi) dan amenitas (fasilitas) dan *Ancillary*, terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai.

1.3 Rumusan Masalah

Sesuai masalah yang sudah diuraikan, inti persoalan yang paling esensial dari permasalahan tersebut yaitu mencakup:

1. Apakah atraksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai?
2. Apakah aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai?
3. Apakah amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai?
4. Apakah *ancillary* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai?

5. Apakah atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang hendak dijalankan “Mengetahui tingkat kepuasan wisatawan di Pantai Kerang Mas” berdasarkan atribut komponen daya tarik wisata. Sesuai rumusan masalah yang sudah diuraikan, penelitian ini ditujukan dengan mencakup:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atraksi terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh amenitas terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *ancillary* terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary* secara bersamaan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini harapannya bisa bermanfaat untuk:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini harapannya dapat memberi sumbangan keilmuan dan memperkaya khasanah Geografi Pariwisata, khususnya sebagai studi kasus tentang hubungan antara komponen daya tarik wisata (atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ancillary) dengan tingkat kepuasan wisatawan di destinasi wisata pantai. Selain itu, penelitian ini bisa dipergunakan menjadi referensi dan bahan pembanding untuk penelitian serupa di waktu mendatang.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini mencakup:

1) Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat guna menuntaskan studi dan mendapat gelar Sarjana Pendidikan di Program Studi Pendidikan Geografi. Selain itu, penelitian ini menjadi sarana dalam menerapkan ilmu dan teori yang diperoleh semasa kuliah ke dalam analisis fenomena geografi (pariwisata) di lapangan secara nyata.

2) Bagi Sekolah

Penelitian ini harapannya bisa menghasilkan peningkatan pemahaman siswa pada mata Pelajaran geografi kelas XI pada sub materi sebaran dan pengolahan sumber daya kehutanan, pertambangan, kelautan, serta pariwisata.

3) Bagi Pengelola

Hasil penelitian ini akan menjadi panduan berharga bagi pengelola destinasi wisata Pantai Kerang Mas untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan. Informasi yang didapat bisa dipergunakan menjadi landasan dalam mengembangkan atau menjalankan perbaikan terhadap daya tarik wisata yang tersedia ataupun yang sedang dalam pengembangan.

4) Bagi Masyarakat

Penelitian ini bisa memberi kontribusi terhadap pengetahuan masyarakat mengenai pariwisata tentang komponen daya tarik wisata yang memengaruhi kepuasan wisatawan, masyarakat akan mempunyai wawasan yang lebih banyak terkait industri pariwisata.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Ada pun ruang lingkup pada penelitian ini mencakup:

1. Ruang lingkup objek penelitian yaitu tingkat kepuasan wisatawan yang dilihat dari persepsi mereka terhadap empat komponen daya tarik wisata

utama: Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, *Ancillary* (4A) di Pantai Kerang Mas.

2. Ruang lingkup subjek penelitian adalah wisatawan/pengunjung domestik dewasa berusia melebihi 17 tahun baik laki laki ataupun perempuan yang sedang atau telah berkunjung ke Pantai Kerang Mas dan dianggap telah mengalami langsung keempat komponen wisata yang diteliti.
3. Ruang lingkup wilayah pada penelitian ini dijalankan secara spesifik di kawasan Objek Wisata Pantai Kerang Mas, Kabupaten Lampung Timur, Provinsi Lampung.
4. Ruang Lingkup waktu penelitian yaitu pengumpulan data primer (kuesioner, observasi) direncanakan akan dilaksanakan pada Mei - September di tahun 2025.
5. Ruang lingkup ilmu pada penelitian ini yaitu Geografi Pariwisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan Geografi Pariwisata, yang memandang destinasi wisata sebagai sebuah sistem keruangan. Analisis akan difokuskan pada interaksi antara unsur fisik (lokasi, lansekap) dan unsur manusia (persepsi, perilaku wisatawan) dalam menciptakan pengalaman dan kepuasan berwisata. Seluruh rangkaian kegiatan pariwisata dapat meliputi usaha akomodasi, rumah makan, gerai souvenir, layanan transportasi, agen perjalanan, sarana rekreasi, destinasi wisata, wisata tradisional maupun bentuk lainnya. Selain itu, terdapat pula aspek-aspek geografi umum yang kerap belum banyak dipahami oleh wisatawan, seperti panorama alam, kebiasaan masyarakat setempat, tradisi dan kebudayaan, kondisi cuaca, keanekaragaman tumbuhan dan satwa, serta jalur perjalanan udara, laut dan darat dan lainnya. Kedua aspek tersebut, yakni sektor industri pariwisata dan unsur geografi umum, menjadi fokus kajian pada bidang geografi pariwisata (Pramono, 2012).

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Geografi Pariwisata

Geografi ialah ilmu yang menganalisis kesamaan serta perbedaan fenomena geosfer dari perspektif wilayah atau lingkungan dalam konteks ruang (Seminar Lokakarya IGI, 1988). Objek kajian geografi terbagi dua, yakni objek formal dan objek material. Pariwisata adalah salah satu objek material dalam geografi dikarenakan aspek pariwisata termasuk dalam dimensinya. Dimensi objek fisik dalam geografi yang menjadi salah satu fokus pariwisata yaitu pergerakan manusia. Geografi pariwisata adalah cabang ilmu geografi yang salah satu fokusnya adalah pada mobilitas wisatawan. Kemajuan ilmu geografi juga memberikan sumbangan dalam geografi pariwisata, berkaitan dengan pengembangan lokasi wisata serta pola perjalanan dari daerah asal ke tujuan. Pemahaman tentang ciri-ciri daerah dan perubahan populasi serta pola manifestasi interaksi yang membentuk budaya dan tradisi menjadi fokus studi dengan pendekatan kompleks wilayah.

Menurut Arjana (2020), geografi pariwisata adalah studi pariwisata dari sudut pandang geografi, yang termasuk dalam ranah geografi ekonomi. Esensi geografi ekonomi ialah mempelajari kegiatan ekonomi dengan pendekatan spasial, termasuk kegiatan pariwisata. Menurut Pramono (2012), geografi pariwisata ialah geografi yang berkaitan langsung pada pariwisata. Aktivitas pariwisata memiliki banyak sisi, yang semuanya dapat disebut sebagai industri pariwisata, mencakup perhotelan, restoran, toko oleh-oleh, transportasi, agen perjalanan, atraksi budaya, objek wisata, tempat hiburan dan lainnya. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, dapat ditarik simpulan bahwasanya ada keterkaitan yang kuat antara geografi dengan pariwisata. Peran geografi dalam konteks wisata sangat penting dalam mendukung kelancaran aktivitas pariwisata, terutama dalam menjelaskan lokasi tujuan wisata. Oleh karena itu, saat mengembangkan sektor pariwisata, sangat penting untuk

mempertimbangkan berbagai elemen yang mendukung dalam industri pariwisata.

2.2 Pariwisata

2.2.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata ialah kegiatan seseorang atau kelompok untuk melakukan perjalanan ke luar dari tempat tinggalnya dalam jangka waktu sementara, dengan tujuan wisata, bisnis, atau lainnya dan bukan untuk bekerja di tempat yang dikunjungi. Definisi ini sesuai dengan *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) yang menguraikan bahwa pariwisata adalah kegiatan perjalanan dan menetap di luar tempat tinggalnya dalam kurun waktu tidak melebihi satu tahun berturut-turut, dengan tujuan selain bekerja.

Definisi pariwisata di Indonesia secara resmi tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 terkait Kepariwisataan, yakni “beragam aktivitas pariwisata yang didukung oleh fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat lokal, sesama wisatawan, pemerintah pusat, pemerintah daerah dan pelaku usaha”. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya pariwisata tidak sekadar tentang perjalanan, namun juga melibatkan berbagai fasilitas serta layanan pendukung. Sementara itu, Soekadijo (dalam Suryadana & Octavia, 2020) melihat pariwisata sebagai suatu gejala yang kompleks dalam masyarakat yang mencakup berbagai unsur seperti penginapan, objek wisata, transportasi, pemandu wisata, restoran dan lain sebagainya.

Secara bahasa, istilah "pariwisata" memiliki asal dari bahasa Sanskerta, yakni gabungan kata "pari" yang artinya "berkali-kali" atau "berkeliling" dan "wisata" yang artinya "pergi" atau "bepergian". Yoeti (dalam Suwena & Widyatmaja, 2017) menjelaskan bahwa berdasarkan asal katanya, pariwisata bisa dimaknai menjadi aktivitas perjalanan yang dilaksanakan secara berulang atau berpindah antar lokasi.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat ditarik simpulan bahwasanya pariwisata ialah kegiatan perjalanan sementara dari tempat tinggal ke tempat lainnya untuk tujuan rekreasi atau lainnya. Kegiatan ini selalu membutuhkan berbagai fasilitas dan jasa selama perjalanan, mulai dari keberangkatan hingga kepulangan. Selain itu, sebuah perjalanan dapat dikategorikan sebagai kegiatan pariwisata jika memenuhi tiga syarat (Spillane, 1994): bersifat sementara, dilakukan secara sukarela dan bukan untuk tujuan mencari upah.

2.2.2 Jenis-Jenis Wisata

Pariwisata dapat dikelompokkan menurut objek serta sumber daya tarik yang dimilikinya. Secara umum, terdapat tiga jenis pariwisata, yaitu wisata alam, budaya, serta minat khusus. Wisata alam ialah aktivitas wisata yang menonjolkan potensi serta keindahan lingkungan alam sebagai daya tarik utama. Sementara itu, wisata budaya adalah aktivitas pariwisata yang mengandalkan kekayaan peninggalan budaya sebagai objek dan magnet utamanya (Pendit dalam Wiliana, 2022). Adapun pariwisata minat khusus mengacu pada bentuk perjalanan yang didasarkan pada ketertarikan tertentu dari wisatawan (Pendit dalam Wiliana, 2022). Lebih lanjut, Pendit dalam Utama dan Rai (2014) menjelaskan bahwa pengelompokan pariwisata juga dapat dilihat dari latar belakang motivasi wisatawan dalam mengunjungi suatu destinasi, klasifikasi tersebut mencakup:

a) Wisata Budaya

Wisata budaya ialah perjalanan yang didorong oleh keinginan untuk memperluas wawasan melalui kunjungan ke berbagai tempat, dengan tujuan mengenal dan memahami kehidupan masyarakat setempat, termasuk tradisi, kesenian, serta nilai-nilai budaya yang berkembang di dalamnya.

b) Wisata Bahari

Wisata bahari merupakan jenis wisata yang berhubungan dengan kegiatan di perairan seperti pantai danau, ataupun laut, misalnya berenang, menyelam, atau memancing.

c) Wisata Cagar Alam

Wisata cagar alam ialah kegiatan perjalanan ke area yang dilindungi secara hukum, seperti taman nasional atau hutan konservasi, dengan tujuan menikmati keindahan dan keasrian alam.

d) Wisata Olahraga

Wisata olahraga ialah kegiatan perjalanan yang dilakukan dengan tujuan utama melakukan aktivitas olahraga atau berpartisipasi dalam penyelenggaraan acara keolahragaan.

e) Wisata Komersial

Wisata Komersial merupakan kunjungan ke pameran, pekan raya, atau acara lainnya yang bersifat bisnis.

f) Wisata Industri

Wisata industri merupakan kunjungan ke lokasi industri untuk tujuan studi atau penelitian, biasanya dilakukan oleh pelajar atau mahasiswa.

g) Wisata Kesehatan

Wisata kesehatan merupakan perjalanan yang bertujuan untuk memulihkan kebugaran fisik maupun mental.

Berdasarkan klasifikasi tersebut, Pantai Kerang Mas termasuk dalam kategori Wisata alam bahari. Jenis wisata ini, sesuai dengan penjelasan sebelumnya, merupakan perjalanan yang berhubungan dengan kegiatan di perairan seperti pantai danau, atau laut. Hal ini karena daya tarik utamanya adalah lingkungan pantai dan perairan, serta kegiatan rekreasi yang ditawarkan berhubungan langsung dengan kawasan pesisir, seperti menikmati pemandangan pantai, berenang, atau aktivitas lain di sekitar laut.

2.3 Wisatawan

Wisatawan dimaknai menjadi individu yang menjalankan kegiatan wisata, yaitu perjalanan yang dilangsungkan dengan sukarela dan sifatnya sementara untuk menikmati daya tarik dan objek wisata (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009). Definisi ini diperjelas oleh pendapat Soekadijo (2003), yang menyebutkan bahwa wisatawan ialah seseorang yang melakukan perjalanan dari tempat tinggal mereka dengan tidak bertujuan menetap di tempat tujuan. Pada intinya, perjalanan yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh kesenangan, pengalaman baru, atau tujuan tertentu, bukan untuk mencari nafkah di lokasi yang dikunjungi (Suwanto, 2000). Bentuk kesenangan ini dapat beragam, seperti menikmati keindahan alam, mempelajari budaya, menghadiri acara, atau sekadar berekreasi.

Seiring perkembangan pariwisata, muncul kebutuhan untuk mengategorikan siapa saja yang bisa disebut dengan wisatawan dan yang tidak. Kategori yang termasuk wisatawan mencakup mereka yang melakukan perjalanan guna tujuan rekreasi, kunjungan keluarga, urusan pertemuan (misalnya seminar atau tugas dinas), bisnis, atau transit singkat meskipun hanya kurang dari 24 jam (Spillane, 1994). Prinsip dasarnya adalah perjalanan dilakukan untuk memperoleh kesenangan dengan berbagai motif, tanpa maksud bekerja tetap (Arjana, 2020). Sementara yang tidak termasuk wisatawan adalah mereka yang bepergian untuk mencari pekerjaan, menetap permanen, tinggal di wilayah perbatasan dengan tujuan bekerja, atau pelajar/mahasiswa yang menetap di asrama untuk keperluan studi (Pendit, 2002). Secara umum, pelaku perjalanan non-wisatawan memiliki tujuan yang bersifat keharusan, seperti bekerja atau belajar, bukan untuk bersenang-senang.

Dalam konteks Pantai Kerang Mas, wisatawan yang berkunjung umumnya termasuk dalam kategori wisatawan domestik atau lokal yang melakukan kunjungan singkat, dengan tujuan utama menikmati suasana pantai dan berrekreasi. Memahami karakteristik ini penting karena kebutuhan, ekspektasi

dan cara mereka menilai kepuasan akan berbeda dibandingkan dengan wisatawan yang menginap atau berasal dari daerah yang lebih jauh.

2.4 Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata ialah komponen fundamental pada industri pariwisata. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 terkait Kepariwisata mendefinisikannya sebagai setiap hal yang memiliki ciri khas, pesona, serta nilai tertentu, baik yang bersumber dari kekayaan alam, kebudayaan, maupun hasil karya manusia, yang berfungsi sebagai objek ataupun tujuan kunjungan para wisatawan.

Secara konseptual, daya tarik bukan hanya objek fisik semata, tetapi merupakan suatu sistem yang kompleks. Menurut Cooper, pengelolaan daya tarik wisata yang efektif memerlukan dukungan dari empat komponen utama yang saling terkait, dikenal sebagai konsep 4A, yakni: Atraksi (*Attraction*), Fasilitas (*Amenities*), Keterjangkauan (*Accessibility*) serta Layanan Pendukung (*Ancillary Services*). Keempat komponen ini menjadi kerangka penting dalam menciptakan dan mengelola destinasi wisata yang berkelanjutan dan memuaskan (Suwena, 2017).

2.4.1 Atraksi

Atraksi wisata merujuk pada seluruh unsur yang ada di suatu kawasan yang berpotensi mendorong minat kunjungan wisatawan. Suwanto (2004) mendefinisikan atraksi sebagai segala hal yang menjadi alasan atau daya tarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah destinasi. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa atraksi merupakan komponen kunci yang tidak hanya memengaruhi jumlah kunjungan tetapi juga tingkat kepuasan wisatawan; dengan kata lain, atraksi merupakan produk inti dari sebuah destinasi. Konsep ini menjawab pertanyaan *what to see and what to do*, yaitu hal-hal yang bisa disaksikan dan dijalankan pengunjung di lokasi tujuan. Bentuk atraksi dapat beragam, mulai dari keindahan alam, keunikan budaya lokal, warisan sejarah, hingga fasilitas

rekreasi buatan seperti taman hiburan. Agar memiliki daya saing, suatu atraksi idealnya memiliki nilai diferensiasi yang kuat, yakni kekhasan yang membedakannya dari destinasi lain.

2.4.2 Fasilitas Wisata (*Amenities*)

Amenitas mengacu kepada seluruh sarana penunjang yang disiapkan guna memenuhi kebutuhan sekaligus memberikan kenyamanan bagi wisatawan ketika berada di suatu tujuan wisata. Secara formal, sesuai Peraturan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 3 Tahun 2002, amenitas pariwisata diartikan sebagai berbagai fasilitas pendukung yang mempermudah wisatawan dalam mencukupi kebutuhannya selama melakukan kegiatan perjalanan wisata. Hal ini sesuai dengan pendapat Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017) umumnya, amenities bisa dimaknai sebagai seluruh fasilitas dan infrastruktur yang dibutuhkan wisatawan selama berada di lokasi tujuan wisata. Fasilitas dan infrastruktur yang dimaksudkan mencakup layanan akomodasi, yakni tempat tinggal sementara bagi wisatawan selama berada di kawasan tujuan wisata. Selain itu, usaha penyediaan makanan dan minuman juga menjadi elemen pendukung yang sangat vital, karena bukan sekadar berguna untuk mencapai pemenuhan kebutuhan konsumsi harian, namun juga mampu menghadirkan nilai lebih yang dapat menjadi magnet tersendiri bagi pengunjung. Ketersediaan transportasi serta dukungan infrastruktur turut menjadi faktor penentu utama dalam menjamin kelancaran dan keberhasilan kegiatan pariwisata.

Adapun indikator amenitas (fasilitas dan pelayanan wisata) mencakup:

- a) Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas.

Keadaan fasilitas yang terbangun dengan baik beserta unsur pendukungnya, serta terjaganya kebersihan dan keteraturan selama digunakan oleh wisatawan.

b) Kondisi dan fungsi fasilitas

Fasilitas yang berada dalam keadaan layak pakai, berfungsi secara optimal dan tidak rusak.

c) Kemudahan menggunakan fasilitas.

Fasilitas yang dirancang bersifat ramah untuk pengunjung sehingga bisa digunakan secara praktis dan tanpa kesulitan (Sunaryo dalam Ningsih, 2020).

2.4.3 Keterjangkauan (*Accessibility*)

Aksesibilitas merupakan faktor penentu yang mempengaruhi keputusan kunjungan dan kepuasan wisatawan. Secara konseptual, Bintarto (1989) mendefinisikan aksesibilitas sebagai kelancaran perpindahan antar tempat dalam suatu kawasan, yang sangat berkaitan dengan pemahaman mengenai jarak. Dalam konteks pariwisata, Isdarmanto (2016) menyatakan bahwa aksesibilitas artinya segala kemudahan yang tersedia untuk memenuhi capaian suatu destinasi wisata. Lebih lanjut, Zulkarnain dan Miswar (2021) menegaskan bahwa aksesibilitas merupakan faktor penunjang kritis yang berkaitan langsung dengan keberlangsungan suatu daya tarik wisata.

Dengan demikian, aksesibilitas tidak hanya sekadar tentang keberadaan infrastruktur fisik, tetapi merupakan sebuah sistem yang memastikan kelancaran, kenyamanan, keamanan dan efisiensi biaya perjalanan menuju dan di dalam destinasi. Tanpa aksesibilitas yang memadai, destinasi dengan daya tarik tinggi pun akan mengalami kesulitan dalam menarik kunjungan wisatawan, sebagaimana banyak terjadi pada sejumlah potensi wisata alam di Indonesia yang belum terjangkau dengan baik.

Elemen-elemen aksesibilitas dalam produk wisata merupakan faktor-faktor yang memengaruhi biaya, kelancaran dan kenyamanan perjalanan

menuju suatu destinasi. Menurut Sari (2019), elemen-elemen tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Infrastruktur, mencakup akses jalan, bandara, jalur kereta api dan pelabuhan.
2. Sarana Transportasi, yang meliputi aspek ukuran, kecepatan, serta jangkauan dari beragam moda angkutan umum.
3. Faktor Operasional, seperti penentuan rute, frekuensi pelayanan, serta tarif yang diterapkan.
4. Regulasi Pemerintah, berupa pengawasan dan penegakan peraturan di sektor transportasi.

Untuk mengukur tingkat aksesibilitas suatu destinasi, dapat digunakan indikator-indikator yang dikemukakan oleh Sunaryo (dalam Ningsih, 2020):

1. Kemudahan Mencapai, yaitu ketersediaan jalur yang jelas serta penanda petunjuk arah (signage) yang memudahkan orientasi wisatawan.
2. Kenyamanan, mengacu pada pengalaman perjalanan yang menyenangkan dan tidak melelahkan bagi pengunjung.
3. Keamanan, yang menjadi prasyarat utama berupa jaminan keselamatan selama dalam perjalanan.
4. Kelancaran, terkait dengan efisiensi waktu tempuh dan minimnya hambatan, baik pada sarana angkutan maupun di sepanjang jalur perjalanan.

Dengan demikian, aksesibilitas yang baik bukan sekadar ditetapkan melalui kelengkapan elemen fisik serta operasional, namun juga dengan kemampuan menyediakan pengalaman perjalanan yang mudah, nyaman, aman dan lancar bagi setiap wisatawan.

2.4.4 Ancillary

Ancillary berhubungan dengan kapasitas suatu lembaga atau pihak tertentu dalam melakukan pengelolaan dan pengawasan terhadap

destinasi wisata. Aspek ini menjadi krusial karena meskipun sebuah destinasi memiliki daya tarik, kemudahan akses, serta fasilitas yang memadai, tanpa pengelolaan dan perawatan yang efektif, destinasi tersebut berpotensi kehilangan perhatian pengunjung. Organisasi pengelola destinasi berperan layaknya sebuah entitas korporatif yang bertanggung jawab mengelola kawasan wisata guna memberikan manfaat bagi berbagai pihak, seperti pemerintah, masyarakat lokal, wisatawan, lingkungan, serta pemangku kepentingan lainnya. Selain itu, destinasi wisata juga mampu menumbuhkan kesan ramah bagi wisatawan, yang berkaitan dengan dorongan untuk menjalin hubungan sosial atau rasa keakraban. Unsur keramahan ini memiliki peran yang sangat signifikan karena dapat menciptakan pengalaman berkesan dan kepuasan bagi wisatawan, sekaligus membangun citra positif yang mendukung pengembangan dan strategi pemasaran destinasi.

2.5 Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan indikator kritis dan faktor penting bagi keberhasilan operasional serta keberlanjutan suatu objek wisata. Secara teoretis, kepuasan didefinisikan sebagai perolehan dari evaluasi atau perbandingan antara harapan awal dengan kinerja atau pengalaman yang dirasakan. Kotler & Keller (2009) mendefinisikan kepuasan sebagai kondisi emosional berupa rasa puas maupun tidak puas yang timbul sesudah individu mengomparasikan penilaian atas kinerja atau hasil sebuah produk ataupun layanan dengan harapan yang dipunyai. Pendapat serupa diungkapkan oleh Oliver (dalam Utama, 2014) yang menekankan kepuasan sebagai hasil evaluasi atas kesesuaian antara kinerja aktual dan standar harapan.

Berdasarkan mekanisme perbandingan tersebut, Kotler (2000) mengklasifikasikan tingkat kepuasan menjadi tiga kondisi yang juga berlaku dalam konteks pariwisata:

- a) Ketidakpuasan (*Dissatisfaction*), terjadi ketika pengalaman aktual di objek wisata lebih rendah dari harapan ($Performance < Expectation$).

- b) Kepuasan (*Satisfaction*), terjadi ketika pengalaman aktual sesuai dengan harapan (*Performance = Expectation*).
- c) Kepuasan Tinggi (*Delight*), terjadi ketika pengalaman aktual melampaui harapan (*Performance > Expectation*).

Dalam konteks yang lebih spesifik, kepuasan wisatawan terhadap suatu objek wisata merupakan penilaian komposit terhadap seluruh komponen pengalaman. Komponen-komponen utama yang membentuk harapan dan menjadi dasar evaluasi kinerja tersebut merujuk pada kerangka 4A destinasi, yaitu: (1) Daya Tarik Utama (*Attraction*), (2) Fasilitas Pendukung (*Amenities*), (3) Keterjangkauan (*Accessibility*) dan (4) Layanan & Manajemen (*Ancillary*).

Oleh karena itu, upaya mengukur dan meningkatkan kepuasan wisatawan menjadi sangat strategis. Penyelenggara objek wisata harus secara proaktif memahami ekspektasi pengunjung dan meningkatkan kualitas setiap komponen pengalaman. Sesuai beberapa definisi dan kerangka tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya kepuasan wisatawan ialah perasaan senang ataupun puas yang muncul sesudah berkunjung ke sebuah objek wisata, sebagai hasil dari evaluasi atas keseluruhan pengalaman yang diterima. Tingkat kepuasan ini memiliki implikasi langsung: kepuasan yang tinggi berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan dan pendapatan, sementara ketidakpuasan dapat menyebabkan penurunan kunjungan dan membahayakan kelangsungan objek wisata.

2.5.1 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Wisatawan

Sesuai perspektif Kotler (2011), ada lima faktor utama yang memengaruhi signifikan pada pembentukan kepuasan wisatawan, yakni:

1. Kualitas Produk Wisata

Kepuasan wisatawan tercapai ketika hasil evaluasi mereka terhadap produk wisata menunjukkan tingkat kualitas yang memadai. Sebuah produk dinilai bermutu apabila dapat memenuhi kebutuhan para penggunanya. Kualitas produk ini mencakup aspek internal

(karakteristik fisik) dan eksternal, salah satunya yaitu citra merek yang terbentuk dalam persepsi wisatawan.

2. Kualitas Pelayanan Wisata

Wisatawan akan merasa puas bila memperoleh pelayanan yang baik ataupun setidaknya sejalan atas harapan mereka. Kualitas layanan ini meliputi seluruh interaksi antara penyedia jasa dan wisatawan selama pengalaman berwisata.

3. Citra Emosional

Faktor ini merujuk pada kondisi emosional wisatawan yang terbentuk selama mengonsumsi produk atau layanan, berupa perasaan senang, bangga, atau puas. Aspek psikologis ini sering kali menjadi penentu kesan mendalam dari suatu perjalanan wisata.

4. Harga

Nilai yang dirasakan (*perceived value*) oleh wisatawan akan lebih tinggi apabila sebuah produk ataupun jasa menawarkan kualitas yang setara atas harga yang relatif lebih terjangkau dibandingkan alternatif lainnya.

5. Biaya (Non-Moneter)

Kepuasan juga dipengaruhi oleh efisiensi biaya non-moneter, seperti waktu dan usaha. Tingkat kepuasan wisatawan umumnya lebih tinggi ketika mereka tidak dibebani pengeluaran ekstra maupun harus mengorbankan waktu yang terlalu lama untuk memperoleh produk atau jasa yang diinginkan.

2.5.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Dalam pariwisata, kepuasan wisatawan punya makna yang khusus karena disesuaikan dengan karakteristik produk wisata itu sendiri. Tze dan Wang (2012) menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan ialah hal yang kompleks dan terdiri dari banyak faktor yang saling berhubungan. Artinya, wisatawan bisa puas dengan satu hal (misalnya pemandangan), tapi belum

tentu puas dengan hal lain (misalnya fasilitas toilet). Mereka juga menyebutkan bahwa meskipun aspek fisik seperti tempat wisata, fasilitas dan jalan akses bisa mirip antara satu destinasi dengan destinasi lain, kualitas pelayanan justru sangat beragam dan terus dituntut untuk ditingkatkan. Oleh karena itu, mengukur kepuasan wisatawan menjadi sangat penting. Kepuasan mereka berdampak langsung pada kesuksesan suatu tempat wisata. Teori kepuasan konsumen bisa menjadi acuan untuk memahami hal ini. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan ialah kondisi emosional berupa rasa puas maupun tidak puas yang timbul ketika seseorang membandingkan pengalaman nyata yang dirasakan dengan ekspektasi yang dimilikinya.

Terdapat berbagai cara yang bisa digunakan dalam pengukuran kepuasan wisatawan. Tjiptono (1997) menyebutkan beberapa metode, di antaranya:

1. Mengumpulkan penilaian secara langsung melalui pertanyaan kepada responden.
2. Meminta responden mengungkapkan harapan mereka terhadap atribut tertentu, kemudian membandingkannya dengan persepsi yang dirasakan.
3. Mengajak responden mengidentifikasi kendala atau permasalahan yang dialami terkait produk atau layanan yang ditawarkan, sekaligus memberikan saran perbaikan.
4. Meminta responden menyusun urutan prioritas berbagai unsur produk berdasarkan tingkat kepentingannya serta menilai kinerja perusahaan pada masing-masing unsur tersebut.

2.5.3 Elemen Kepuasan Wisatawan

Ada empat elemen pada kepuasan konsumen (Wilkie dalam Suryadana dan Octavia, 2020), yaitu:

1. Expectations

Ekspektasi konsumen pada produk ataupun jasa terbentuk sebelum proses pembelian dijalankan. Apabila produk atau layanan mampu

memenuhi keinginan serta harapan tersebut, maka konsumen akan merasakan tingkat kepuasan.

2. *Performance*

Berkaitan dengan pengalaman konsumen terhadap kinerja nyata produk atau layanan saat digunakan, tanpa dikaitkan langsung dengan harapan awal. Ketika produk atau jasa berfungsi secara optimal dan sesuai kebutuhan, pengguna cenderung merasakan kepuasan dan rasa senang.

3. *Comparison*

Mencakup penilaian antara gambaran kinerja produk atau layanan sebelum pembelian dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah digunakan. Konsumen akan merasa puas apabila ekspektasi awal sejalan atau bahkan lebih rendah dibandingkan pengalaman nyata yang diperoleh.

4. *Confirmation/disconfirmation*

Harapan konsumen juga terbentuk dari pengalaman mereka pada merek lain yang sejenis. Validasi terjadi ketika hasil yang diharapkan sesuai dengan kinerja sebenarnya, sedangkan invalidasi muncul saat terdapat perbedaan antara ekspektasi dan kenyataan, baik lebih tinggi maupun lebih rendah. Dalam kondisi tertentu, baik kesesuaian maupun ketidaksesuaian tersebut dapat memunculkan rasa puas pada konsumen.

2.5.4 Indikator Kepuasan Wisatawan

Sesuai perspektif Kotler (2011), atribut pembentuk kepuasan mencakup:

1) Kesesuaian Harapan Wisatawan

Aspek ini menunjukkan sejauh mana kinerja produk yang dirasakan konsumen sejalan dengan harapan awal mereka.

Hal tersebut mencakup:

- a. Produk yang diterima mampu memenuhi bahkan melampaui ekspektasi.
 - b. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan sesuai atau melebihi harapan pelanggan.
 - c. Sarana pendukung yang tersedia mampu menjawab kebutuhan dan harapan konsumen.
- 2) Minat Berkunjung Kembali
- Berkaitan dengan kecenderungan pelanggan untuk menjalankan pembelian ataupun kunjungan kembali, yang mencakup:
- a. Keinginan kembali karena kualitas pelayanan staf yang memuaskan.
 - b. Niat mengulang pembelian berdasarkan manfaat serta nilai yang dirasakan dari produk.
 - c. Dorongan untuk kembali dikarenakan tersedianya fasilitas pendukung yang baik.
- 3) Kesiediaan Merekomendasikan
- Menggambarkan kecenderungan pelanggan untuk menyarankan produk atau jasa yang sudah digunakan terhadap orang lain, yang mencakup:
- a. Mengajukan teman atau kerabat untuk menggunakan produk karena pelayanan yang memuaskan.
 - b. Merekomendasikan produk kepada keluarga atau kenalan karena dukungan fasilitas yang baik.
 - c. Menyarankan pihak lain untuk membeli produk atau menggunakan jasa berdasarkan nilai dan keuntungan yang diperoleh dari pengalaman penggunaan tersebut.

2.6 Hubungan Antar Variabel

2.6.1 Pengaruh Atraksi Terhadap Kepuasan Wisatawan

Atraksi wisata merupakan faktor penarik utama yang mendasari keputusan seseorang untuk mengunjungi suatu destinasi (Pitana, 2009).

Tanpa adanya daya tarik ini, baik yang bersumber dari alam, budaya, maupun hasil kreasi manusia, sebuah tempat tidak akan memiliki alasan kuat untuk dikunjungi. Keberagaman dan keunikan atraksi inilah yang memberikan nilai dan pengalaman yang dapat dinikmati oleh wisatawan (Suwena dan Widyatmaja, 2017). Oleh karena itu, ketika atraksi yang dijanjikan sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi, maka hal tersebut secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan wisatawan atas seluruh pengalaman perjalanannya (Isdarmanto, 2016). Berdasarkan uraian tersebut, hubungan antara atraksi dan kepuasan wisatawan adalah ketika wisatawan menemukan atraksi yang sesuai dengan harapan mereka, maka kepuasan mereka akan meningkat. Namun, perlu diingat bahwa atraksi saja tidak cukup. Faktor lainnya seperti fasilitas, akses dan pelayanan juga turut memengaruhi kepuasan wisatawan secara keseluruhan.

2.6.2 Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan

Aksesibilitas, yang merujuk pada kemudahan mencapai suatu destinasi wisata, ialah faktor krusial dalam memengaruhi kepuasan wisatawan (Suryadana & Octavia, 2020). Hubungan aksesibilitas dengan kepuasan wisatawan dapat dilihat ketika aksesibilitas yang baik berupa ketersediaan transportasi, kondisi jalan dan kejelasan rute dapat mengurangi kelelahan dan stres perjalanan. Hal ini membuat wisatawan tiba di destinasi dalam kondisi yang lebih nyaman dan siap menikmati pengalaman wisata. Sebaliknya, akses yang sulit atau infrastruktur yang buruk berpotensi menurunkan suasana hati dan energi wisatawan sejak awal, yang pada akhirnya dapat mengurangi tingkat kepuasan mereka secara keseluruhan.

2.6.3 Pengaruh Amenitas Terhadap Kepuasan Wisatawan

Amenitas berperan menjadi faktor pendukung yang penting dalam membentuk kepuasan wisatawan. Menurut Ningsih (2020), kualitas akomodasi dan fasilitas pendukung di suatu destinasi wisata memiliki

hubungan positif dengan tingkat kepuasan pengunjung. Hal ini disebabkan amenities yang memadai seperti penginapan yang nyaman, fasilitas kebersihan yang terjaga, juga sarana penunjang kegiatan wisata dapat meningkatkan kenyamanan dan kemudahan selama berkunjung. Oleh karena itu, persepsi wisatawan terhadap kualitas amenities menjadi salah satu penentu penting dalam penilaian kepuasan secara keseluruhan.

2.6.4 Pengaruh *Ancillary* Terhadap Kepuasan Wisatawan

Ancillary pariwisata mencakup fasilitas tambahan seperti pusat informasi, pemandu wisata, toko oleh-oleh, tempat ibadah, layanan kesehatan dan jaringan komunikasi. Keberadaan layanan ini tidak hanya memberikan kenyamanan praktis, tetapi juga meningkatkan rasa aman dan kelancaran aktivitas wisatawan selama di destinasi (Yoeti, 1996). *Ancillary* yang memadai dapat memperpanjang durasi kunjungan serta menciptakan citra positif destinasi. Lebih lanjut, menurut Suwena dan Widyatmaja (2017), ketika kebutuhan sekunder wisatawan terpenuhi melalui *ancillary* yang baik, mereka cenderung merasa lebih puas dengan pengalaman wisata secara keseluruhan. Kepuasan ini tidak hanya berdampak pada penilaian positif terhadap destinasi, tetapi juga meningkatkan kemungkinan kunjungan ulang dan rekomendasi kepada orang lain. Dengan demikian, *ancillary* berperan sebagai faktor penunjang yang memperkuat dan melengkapi pengalaman wisata, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan wisatawan).

2.6.5 Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan *Ancillary* Terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil penelitian Kusumawati dan Wibowo (2021) mengenai atribut 4A terhadap kepuasan wisatawan di destinasi Indonesia, kerangka ini terdiri dari empat faktor utama yang saling terintegrasi. Atraksi wisata yang autentik dan berkualitas menjadi motivator primer kunjungan, aksesibilitas yang terjamin menurunkan hambatan fisik dan biaya perjalanan, amenities yang memadai menciptakan kenyamanan selama

berada di destinasi dan ancillary yang komprehensif memperkuat nilai tambah pengalaman. Kepuasan wisatawan tercapai bukan melalui optimalisasi satu faktor secara isolasi, melainkan melalui sinergi dan keseimbangan keempat dimensi tersebut. Ketika semua komponen bekerja secara harmonis dan sesuai dengan harapan segmen pasar yang ditargetkan, maka kepuasan secara keseluruhan akan meningkat secara signifikan.

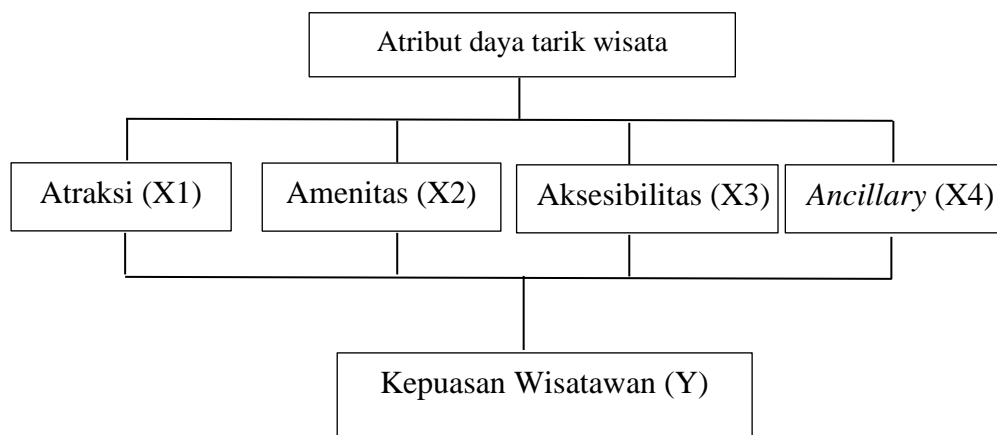
2.7 Penelitian Relevan

Tabel 4. Penelitian Relevan

NO	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Rosita dkk.	Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta	Sesuai hasil penelitian didapati bahwasanya kepuasan pengunjung dipengaruhi secara positif oleh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan. Tingkat kepuasan pengunjung cenderung mengalami peningkatan seiring dengan semakin memadainya sarana wisata dan semakin optimalnya mutu layanan yang diberikan. Dengan demikian, untuk mendorong kepuasan pengunjung, dapat ditempuh langkah-langkah seperti menambah ketersediaan toilet, menjaga kebersihan toilet secara lebih intensif, serta meningkatkan profesionalisme dan keandalan petugas dalam memberikan pelayanan.	1. Peneliti memfokuskan penelitian pada komponen 4A pariwisata (Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas dan Ancillary) sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan variabel fasilitas dan kualitas pelayanan pariwisata. 2. Objek penelitian pada Pantai Kerang Mas, Kabupaten Lampung Timur.
2	Pangestuti	Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Gemah Tulungagung	Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa komponen Destinasi Wisata (4A) berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Pantai Gemah Tulungagung. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa indikator aksesibilitas memperoleh nilai rata-rata tertinggi, sehingga dinilai memiliki kontribusi paling dominan dibandingkan variabel lainnya.	Objek penelitian pada Pantai Kerang Mas, Kabupaten Lampung Timur.
3	Ramadhani, N. D. P., Rini, R., & Setiawan, H.	Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam	Keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh atraksi dan aksesibilitas, sedangkan keputusan berkunjung tersebut tidak dipengaruhi oleh amenitas. Berdasarkan hasil pengujian juga dapat ditarik simpulan bahwasanya keputusan berkunjung wisatawan terpengaruh secara signifikan oleh atraksi, amenitas dan aksesibilitas secara simultan pada Objek Wisata Air Terjun Temam.	1. Peneliti membahas mengenai kepuasan wisatawan sebagai variabel dependen, sedangkan pada penelitian sebelumnya membahas keputusan Berkunjung Wisatawan. 2. Variabel yang digunakan pada penelitian sebelumnya yaitu Variabel Independen: 3A (<i>Attraction</i> ,

NO	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
				<p><i>Amenities, Accessibility</i>) sedangkan pada penelitian ini menggunakan Variabel 4A (<i>Attraction, Amenities, Accessibility, Ancillary</i>)</p> <p>3. Objek penelitian pada Pantai Kerang Mas, Kabupaten Lampung Timur.</p>
4	Putu, Y. W. K. N. dan Putu, S. F.	Pengaruh Atraksi dan Amenitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Twin Hill Stone Garden Kabupaten Bangli Tahun 2019	<p>Kepuasan wisatawan (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh variabel Atraksi Wisata (X1) dan Amenitas Wisata (X2) pada Twin Hill Stone Garden Kabupaten Bangli. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa kepuasan wisatawan tersebut dipengaruhi secara signifikan oleh atraksi (X1) dan amenitas wisata (X2).</p>	<p>1. Penelitian sebelumnya tidak membahas variabel Aksesibilitas dan <i>ancillary</i>.</p> <p>2. Objek penelitian pada Pantai Kerang Mas, Kabupaten Lampung Timur.</p>

2.8 Kerangka Berpikir



Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah asumsi awal yang bersifat sementara dan harus dibuktikan faktanya dari temuan empiris. Hipotesis bisa dipahami menjadi jawaban pendahuluan terkait permasalahan, pernyataan, ataupun pertanyaan yang dirumuskan pada suatu kajian penelitian (Sugiyono, 2013). Sesuai landasan teori, kajian pustaka, serta hasil penelitian terdahulu, hipotesis atau simpulan yang hendak diuji yaitu mencakup:

- a. Adanya pengaruh positif dan signifikan atraksi wisata terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai
- b. Adanya pengaruh positif dan signifikan aksesibilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai
- c. Adanya pengaruh positif dan signifikan amenitas wisata terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai
- d. Adanya pengaruh positif dan signifikan *ancillary* wisata terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai
- e. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary* wisata secara bersamaan terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang diterapkan pada penelitian ini yakni metode kuantitatif. Sesuai akan konsep yang diuraikan oleh Sugiyono (2013), metode kuantitatif diterapkan guna meneliti populasi ataupun sampel khusus melalui pengumpulan data dengan penggunaan alat ukur penelitian, kemudian datanya tersebut dianalisis dengan teknik kuantitatif atau statistik, dengan maksud guna menguji hipotesis yang sudah diatur sebelumnya. Pendekatan penelitian ini khususnya mempergunakan tipe penelitian statistik deskriptif. Menurut Ghozali (2009), pendekatan statistik deskriptif ditujukan guna memberi gambaran yang komprehensif tentang data yang terkumpul, termasuk nilai rerata (*mean*), nilai minimum, maksimum, serta standar deviasi dari variabel yang dikaji. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan karakteristik dan distribusi data dengan lebih baik.

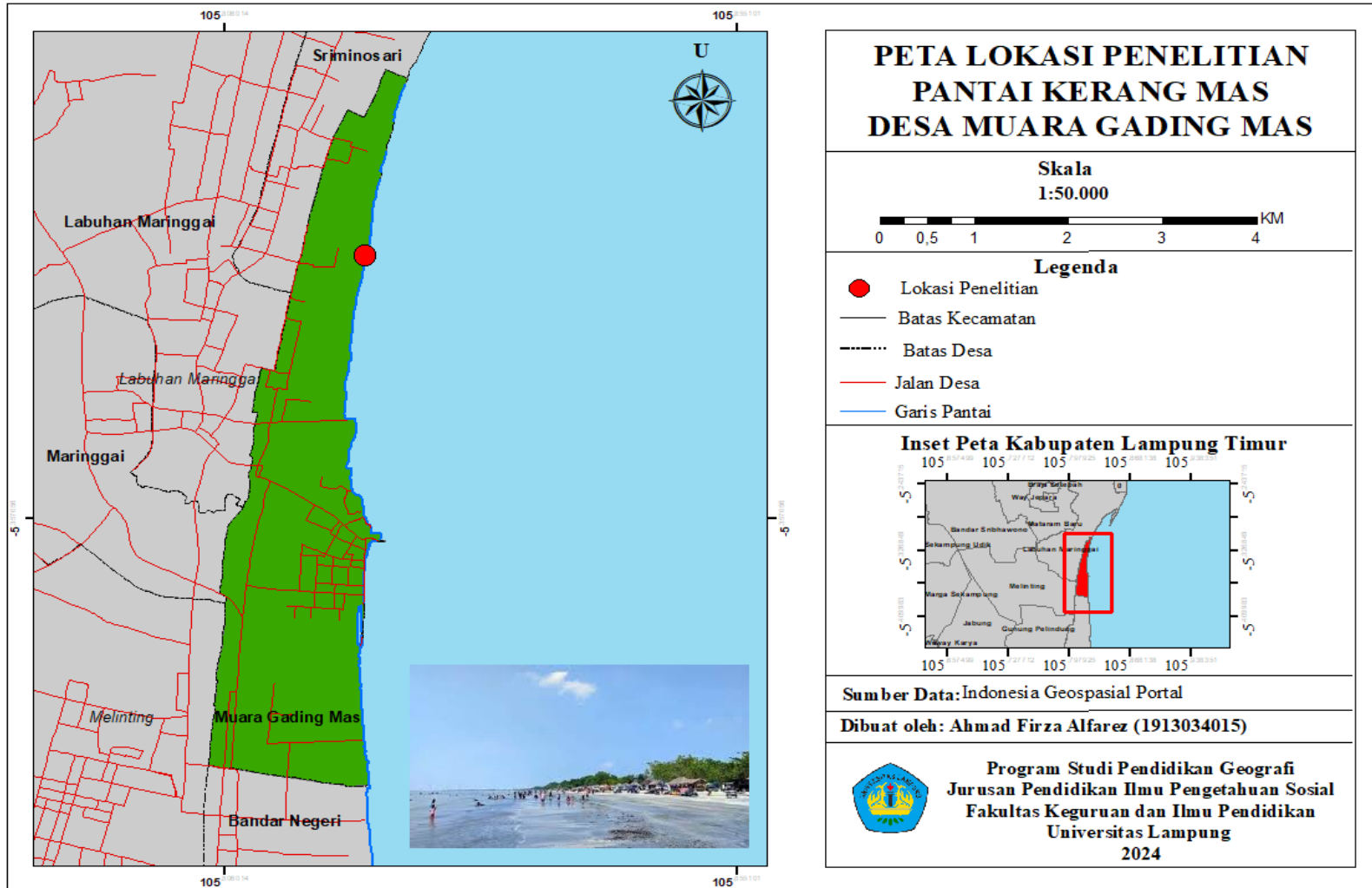
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini diawali pada bulan Mei hingga September 2025.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di objek wisata Pantai Kerang Mas, Desa Muara Gading, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur



Gambar 3. Peta Lokasi Penelitian

3.3 Sumber Data

Pada penelitian ini, datanya dihimpun dengan berbagai jenis dan sumber data guna memastikan kebenaran serta validitas informasi yang didapat. Data bisa dibedakan atas dua jenis utama, yakni data primer dan sekunder, sebagaimana yang dijelaskan oleh Wardiyanta (2006). Data primer ialah jenis data yang didapat langsung oleh peneliti di lapangan. Pada konteks penelitian ini, data primer mengacu kepada informasi yang didapat secara langsung melalui lokasi objek penelitian, seperti kondisi fisik dari produk wisata di Pantai Kerang Mas. Peneliti menjalankan pengumpulan data ini dengan melaksanakan survei, wawancara, serta observasi langsung di lokasi penelitian sesuai dengan kebutuhan penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapat data yang aktual serta relevan terkait dengan tingkat kepuasan wisatawan.

Data sekunder, di sisi lain, merupakan jenis data yang tidak didapat langsung oleh peneliti melalui lapangan, namun didapat melalui sumber-sumber lain yang mendukung penelitian ini. Data sekunder bisa dihimpun melalui beragam sumber seperti situs, buku, ataupun dokumen negara (Hariz, 2022). Sumber data sekunder mencakup studi literatur yang dilakukan melalui penelusuran berbagai buku, jurnal, artikel dan sumber informasi dari internet. Data sekunder dipergunakan sebagai pelengkap informasi yang telah didapat melalui data primer dan juga untuk memberi dasar pengetahuan yang lebih mendalam terkait dengan topik penelitian ini. Data sekunder sangat berperan dalam memperkaya wawasan peneliti tentang berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan di Pantai Kerang Mas.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Ada berbagai teknik pengumpulan data kuantitatif yang bisa dipergunakan pada penelitian ini. Teknik-teknik tersebut melibatkan pengumpulan data berupa angka atau data numerik. Instrumen penelitian ialah alat yang cukup krusial dalam menjalankan kegiatan penelitian ini dan memainkan peran yang sistematis dalam menghasilkan data yang diperlukan. Sebagaimana yang

dijelaskan oleh Sugiyono (2013), instrumen penelitian merupakan sarana yang dimanfaatkan dalam pengukuran berbagai gejala, baik yang sifatnya sosial ataupun alamiah, yang menjadi objek pengamatan. Pada penelitian ini, instrumen pengukuran yang dipergunakan mencakup:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner ialah metode penghimpunan data melalui penyajian beberapa pertanyaan ataupun pernyataan tertulis terhadap responden guna mendapat jawaban. Ini merupakan alat utama dalam menghimpun pandangan dan pendapat dari wisatawan yang berkunjung ke Pantai Kerang Mas.

2. Observasi

Melalui observasi, penulis secara langsung mengamati reaksi dan perilaku wisatawan yang berkunjung ke Pantai Kerang Mas. Ini membantu dalam menggali data yang relevan terkait dengan tingkat kepuasan mereka.

3. Wawancara

Wawancara dimanfaatkan menjadi teknik pengumpulan data ketika peneliti hendak menjalankan penelusuran awal guna mengenali masalah yang dikaji, sekaligus memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dari jumlah responden yang relatif terbatas (Sugiyono, 2013).

4. Dokumentasi

Peneliti juga mengumpulkan data melalui dokumentasi, termasuk dokumentasi hasil sendiri serta sumber dokumentasi lainnya yang berkaitan dengan Pantai Kerang Mas. Dokumentasi dapat memberikan konteks tambahan dan data historis yang berguna dalam penelitian.

Sugiyono (2016) menjelaskan bahwasanya skala pengukuran ialah acuan yang dipergunakan dalam menetapkan jarak interval pada alat ukur, sehingga instrumen tersebut mampu menciptakan data berbentuk kuantitatif. Pada penelitian ini, penulis menerapkan skala Likert sebagai dasar penilaian. Menurut Sugiyono (2016), skala Likert dimanfaatkan dalam pengukuran persepsi, pendapat, serta sikap individu ataupun kelompok terhadap permasalahan sosial. Pada penerapannya, variabel yang dinilai diuraikan pada

berbagai indikator variabel, yang kemudian dipergunakan menjadi pedoman pada penyusunan butir instrumen berbentuk pernyataan atau pertanyaan. Tiap butir instrumen dengan skala Likert mempunyai rentang jawaban mulai dari respons yang sangat positif hingga respons yang sangat negatif.

Tabel 5. Skor Penilaian Skala *Likert*

No	Bentuk Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono, 2013

3.5 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2016) mengungkapkan bahwasanya populasi merupakan keseluruhan subjek ataupun objek yang berkarakteristik dan berciri khusus sebagaimana diatur peneliti guna dikaji dan ditarik simpulannya. Pada penelitian ini, populasinya meliputi semua wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pantai Kerang Mas di Labuhan Maringgai. Sampel dipandang sebagai bagian dari populasi yang merepresentasikan jumlah serta karakteristiknya. Melalui pengkajian terhadap sebagian populasi tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang mencerminkan kondisi populasi secara tepat (Sugiyono, 2013). Penentuan jumlah sampel mengacu pada pendapat Roscoe sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2013), dengan ketentuan ini:

1. Jumlah sampel yang layak pada suatu penelitian berkisar diantara 30 hingga 500 responden.
2. Setiap kelompok atau kategori sampel minimal terdiri dari 30 orang.
3. Apabila penelitian mempergunakan analisis multivariat, seperti korelasi ataupun regresi berganda, maka ukuran sampel sekurang-kurangnya sepuluh kali jumlah variabel yang dianalisis. Dengan tiga variabel

penelitian (independen dan dependen), jumlah sampel yang dibutuhkan yakni 10×3 , yaitu sebanyak 30 responden.

Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu regresi linier berganda, maka sesuai dengan saran yang tertera pada nomor 3 diatas. Berikut perhitungan pada pengambilan jumlah sampel pada penelitian ini.

Penelitian ini menerapkan ketentuan ukuran sampel sebesar 10, dengan komposisi empat variabel bebas dan satu variabel terikat. Sehingga, total sampel yang digunakan berjumlah 50 responden, yang diperoleh dari hasil perkalian 10 dengan lima variabel penelitian. Sampel tersebut merupakan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pantai Kerang Mas. Teknik penentuan sampel dilakukan melalui metode nonprobabilitas, khususnya teknik sampling insidental, yakni pemilihan responden sesuai dengan siapa saja yang tanpa sengaja ada di lokasi penelitian serta dapat dijangkau pada saat pengumpulan data (Notoatmodjo, 2010).

3.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Sugiyono (2013) menyatakan bahwasanya variabel penelitian ialah entitas atau elemen tertentu yang dipilih secara sengaja oleh peneliti untuk dianalisis, sehingga memungkinkan perolehan informasi empiris yang selanjutnya menjadi fondasi bagi formulasi kesimpulan. Sementara itu, definisi operasional berfungsi sebagai pedoman konkret yang menjelaskan cara variabel tersebut diobservasi dan diukur secara faktual dalam batasan objek penelitian. Definisi operasional pada penelitian ini mencakup:

1. Variabel Independen (X): Komponen Daya Tarik Wisata Berdasarkan komponen pembentuk destinasi wisata yang merujuk pada konsep 4A (Cooper dalam Suwena, 2017) dan diselaraskan dengan UU No. 10 Tahun 2009, variabel independen pada penelitian ini mencakup:
 - a. Atraksi / Daya Tarik (X1): segala hal yang menonjol karena ciri khas, pesona dan nilainya, yang menjadi alasan utama wisatawan untuk mengunjungi Pantai Kerang Mas (alam, budaya dan buatan).

- b. Aksesibilitas (X2): Kemudahan sarana dan infrastruktur transportasi untuk mencapai lokasi wisata.
 - c. Amenitas (X3): Fasilitas penunjang untuk memenuhi kebutuhan fisik wisatawan selama ada di lokasi.
 - d. *Ancillary* (X4): Kelembagaan, pengelolaan dan layanan tambahan yang mendukung keamanan serta kenyamanan di lokasi
2. Variabel Dependen (Y): Kepuasan Wisatawan
Kepuasan wisatawan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kondisi emosional berupa rasa puas maupun tidak puas yang timbul sesudah wisatawan mengomparasikan penilaian mereka pada kinerja ataupun hasil nyata dari produk wisata (4A) dengan ekspektasi yang dimiliki sebelum melakukan kunjungan ke Pantai Kerang Mas.

Tabel 6. Definisi Operasional Variabel (DOV)

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Atraksi	Atraksi (daya tarik) adalah produk utama yang berkaitan dengan apa yang bisa terlihat dan bisa dilaksanakan oleh wisatawan di objek wisata Pantai Kerang Mas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik yang dapat disaksikan (<i>what to see</i>) 2. Aktivitas Wisata yang dapat dilakukan (<i>what to do</i>) 3. Sesuatu yang dapat dibeli (<i>what to buy</i>) (Maryani,1991) 	<i>Likert</i>
Aksesibilitas	Kemudahan sarana dan infrastruktur untuk mencapai objek wisata Pantai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan mencapai 2. Kenyamanan 3. Kelancaran (Sunaryo dalam Ningsih,2020) 	<i>Likert</i>
Amenitas	Fasilitas penunjang yang disediakan pada objek wisata Pantai Kerang Mas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas 2. Kondisi dan fungsi fasilitas 3. Kemudahan menggunakan fasilitas (Sunaryo dalam Ningsih,2020) 	<i>Likert</i>
Ancillary	Layanan tambahan yang mendukung pengelolaan dan keamanan di objek wisata Pantai Kerang Mas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan 2. Pusat Informasi 3. Pelayanan 4. Pengelolaan (Anandar Ningtiyas, 2021) 	<i>Likert</i>
Kepuasan Wisatawan	kepuasan sebagai hasil evaluasi atas kesesuaian antara kinerja aktual dan standar harapan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan wisatawan 2. Minat berkunjung kembali 3. Ketersediaan merekomendasikan (Kotler 2011) 	<i>Likert</i>

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ialah sarana yang dipergunakan untuk melaksanakan aktivitas penelitian, terutama dalam pengukuran serta pengumpulan data melalui kuesioner, tes, atau lembar observasi. Hal ini sejalan dengan penjelasan Sugiyono (2013), yang mendefinisikan instrumen sebagai alat

untuk menilai fenomena alam maupun sosial yang menjadi objek pengamatan atau kajian. Instrumen penelitian dibuat untuk tujuan tertentu dan tidak bisa langsung diterapkan pada penelitian lain, sehingga peneliti wajib merancang instrumen mereka sendiri. Bentuk dan jenis instrumentasi bervariasi antar penelitian karena perbedaan tujuan dan metode yang digunakan. Data yang dikumpulkan melalui instrumen tersebut kemudian dianalisis, dikaitkan, atau dipergunakan untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan pada penelitian.

Jenis instrumen yang dimanfaatkan pada penelitian ini yakni kuesioner yang ditujukan terhadap responden. Pengisian kuesioner atau angket dilakukan dengan menceklis pada jawaban yang sesuai. Untuk mempermudah dan memperjelas penyusunan instrumen, sebelumnya peneliti membuat kisi-kisi instrumen mengenai atraksi, aksesibilitas, serta amenitas yang terdapat pada objek wisata Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai.

Tabel 7. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Butir Pertanyaan	Skala
Atraksi	1. Keindahan pemandangan alam	1,2	<i>Likert</i>
	2. Kondisi fisik objek	3,4	
	3. Ketersediaan tempat yang luas	5,6	
	4. Kebersihan lingkungan	7	
	5. Keunikan atraksi wisata yang disajikan	8,9	
Aksesibilitas	1. Ketersediaan akses angkutan umum atau kendaraan pribadi	10	<i>Likert</i>
	2. Kemudahan akses jalan	11,12	
	3. Kemudahan dalam menjangkau lokasi	13,14	
	4. Lokasi objek yang strategis	15,16	
	5. Akses informasi menuju lokasi	17	
	6. Informasi petunjuk jalan	18	
	7. Lama jarak dan waktu tempuh	19	
Amenitas	1. Tersedianya tempat makan dan minum	20,21	<i>Likert</i>
	2. Penginapan yang tersedia	22,23	
	3. Tempat perbelanjaan mudah ditemukan	24	
	4. Tersedianya tempat sampah dan adanya toilet yang bersih	25,26	
	5. Fasilitas beribadah	27	
	6. Tempat duduk yang nyaman sebagai tempat santai	28	
	7. Tempat parkir yang luas dan terorganisir	29	
<i>Ancillary</i>	1. Ketersediaan pusat informasi wisata	30	<i>Likert</i>
	2. Keberadaan layanan pemandu wisata	31,32	
	3. Tersedianya layanan kesehatan (P3K, pos Kesehatan)	33	
	4. Toko souvenir dan produk lokal	34,35	
	5. Akses ke layanan komunikasi (Wi-Fi, sinyal handphone, dll)	36	
	6. Penyewaan perlengkapan wisata (seperti sepeda, alat selam, dll.)	37,38	
Kepuasan Wisatawan	1. Kesesuaian harapan wisatawan	39,40	<i>Likert</i>
	2. Minat berkunjung kembali	41	
	3. Ketersediaan merekomendasikan	42,43	

3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan tahap krusial pada penelitian guna memastikan bahwa instrumen atau alat ukur benar-benar menilai hal yang dimaksud oleh peneliti. Salah satu metode yang seringkali dipergunakan dalam mengevaluasi validitas ialah rumus Korelasi Produk-Momen Pearson. Menurut Sekaran (dalam Sarjono dan Winda, 2011), validitas merujuk pada bukti bahwa instrumen, teknik, prosedur dan proses pengukuran mampu secara tepat mencerminkan konsep yang ingin diukur oleh peneliti. Tujuan pengujian validitas adalah untuk menjamin bahwasanya data yang dihimpun melalui kuesioner secara benar merepresentasikan pengukuran yang diinginkan. Oleh karena itu, tiap butir pertanyaan dalam instrumen diuji validitasnya. Dalam pengujiannya, hasil r hitung dibandingkan pada r tabel, dengan derajat kebebasan (df) = $n - 2$ dan tingkat signifikansi 5%. Bila r hitung $>$ r tabel, maka butir pertanyaan dinyatakan valid (Sujarweni, 2015). Sebaliknya, bila r hitung $<$ r tabel, maka item tersebut dianggap tidak valid. Metode ini memungkinkan peneliti mengukur berapa jauhnya instrumen bisa merepresentasikan variabel yang dimaksud. Dalam uji validitas Pearson Product Moment, data dikumpulkan berdasarkan variabel yang hendak diuji, kemudian dilakukan perhitungan statistik menggunakan rumus Pearson. Jika korelasi antara item dan total skor cukup tinggi, maka instrumen dianggap valid. Namun jika korelasinya rendah, maka instrumen perlu diperbaiki untuk meningkatkan validitasnya.

Pada penelitian ini, uji validitas instrumen dijalankan melalui penggunaan analisis Pearson Product Moment berbantuan program SPSS, melalui kriteria sebagai berikut:

- 1) Bila r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan dikategorikan valid.
- 2) Bila r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan dikategorikan tidak valid.

Nilai r hitung terlihat melalui kolom *Corrected Item-Total Correlation* dalam *output* SPSS.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Metode pengukuran kepuasan wisatawan terhadap daya tarik objek wisata Pantai Kerang Mas pada penelitian ini mempergunakan sejumlah pernyataan atau item yang disusun berbentuk kuisisioner. Untuk memastikan bahwa kuisisioner ini bertingkat reliabilitas tinggi, digunakan uji reliabilitas dengan penggunaan *alpha cronbach*.

Pelaksanaan uji reliabilitas ini, seluruh data yang telah terkumpul dari responden akan digunakan. Setiap item dalam kuisisioner akan dianalisis secara statistik untuk melihat sejauh mana setiap item berkontribusi terhadap konsistensi keseluruhan kuisisioner. Hasil dari uji reliabilitas ini akan memberi nilai *alpha cronbach* yang dapat dipergunakan dalam menilai sejauh mana kuisisioner ini dapat diandalkan dalam mengukur kepuasan wisatawan sehingga peneliti dapat membuat keputusan apakah kuisisioner perlu direvisi atau telah mencapai tingkat reliabilitas yang memadai. Reliabilitas yang tinggi dalam kuisisioner adalah hal yang sangat penting, karena hasil penelitian yang akurat dan dapat diandalkan akan sangat bergantung pada kualitas instrumen pengukuran. Mengukur reabilitas dalam penelitian dapat mempergunakan uji statistik *cronbach alpha* (α). Sebuah variabel dapat dikategorikan reliabel bila hasil koefisien $\alpha > 0,60$ maka variabel tersebut dikategorikan reliabel dan sebaliknya bila hasil koefisien $\alpha < 0,60$ maka variabel tersebut dikategorikan tidak reliabel.

3.9 Uji Prasyarat

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan syarat awal dalam penerapan statistik parametrik, bertujuan untuk mengecek apakah sampel yang dipergunakan bersumber dari populasi berdistribusi normal. Residual dianggap

mengikuti distribusi normal apabila sebagian besar nilai residual terstandarisasi berada di sekitar rata-rata (Suliyanto, 2011).

Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi berganda, yang melibatkan variabel bebas seperti atraksi, aksesibilitas dan fasilitas, memenuhi asumsi distribusi normal. Penelitian ini melibatkan penggunaan uji Kolmogorov-Smirnov guna menilai normalitas dengan kriteria ini:

- 1) Nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov (Sig.) melebihi 0,05 menandakan datanya berdistribusi normal.
- 2) Nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov (Sig.) tidak melebihi 0,05 menandakan datanya tidak mengikuti distribusi normal.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Multikorelasi ialah kondisi saat ada korelasi yang terlalu kuat ataupun terlalu lemah antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen saling berkorelasi dalam model regresi linier berganda (Ma'sumah, 2019). Salah satu metode utama dalam uji multikorelasi adalah analisis Variance Inflation Factor (VIF) untuk tiap-tiap variabel X_h , yang dirumuskan sebagai:

$$VIF(X_h) = 1 / 1 - h$$

Kriteria pengambilan keputusannya:

- 1) Apabila nilai VIF kurang dari 10, tidak ada indikasi multikolinearitas antar variabel bebas.
- 2) Apabila nilai VIF melebihi 10, terdapat indikasi didapati multikolinearitas diantara variabel bebas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Sesuai perspektif Wijaya (dalam Sarjono, 2011), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi perbedaan varians variabel di seluruh observasi. Model regresi yang baik akan memperlihatkan

homoskedastisitas, yang artinya tidak ada heteroskedastisitas (Suliyanto, 2011).

Pada studi ini, uji heteroskedastisitas dilakukan secara visual dengan penggunaan analisis grafik. Pemeriksaan dijalankan melalui scatterplot, di mana sumbu horizontal menunjukkan nilai prediksi yang terstandarisasi, sementara sumbu vertikal menunjukkan nilai residual yang terstandarisasi. Pola tertentu pada scatterplot bisa mengindikasikan adanya heteroskedastisitas dalam model regresi, sementara distribusi titik yang acak menandakan model regresi bebas dari heteroskedastisitas (Suliyanto, 2011).

3.10 Uji Hipotesis

Menurut Geasika dan Darmanah (2019), analisis data ialah tahap akhir pada penelitian yang ditujukan guna menjawab rumusan masalah, menguji hipotesis, serta menjelaskan fenomena yang diteliti. Melalui analisis data, informasi yang diperoleh disederhanakan agar lebih mudah dipahami dan bisa dipergunakan menjadi landasan pada penarikan simpulan. Dalam penelitian ini, analisis data difokuskan pada pengujian hipotesis guna memahami pengaruh variabel bebas pada variabel terikat.

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan penggunaan analisis regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2013), analisis regresi berfungsi guna menguji korelasi diantara variabel independen dan variabel dependen serta memprediksi transformasi variabel dependen sesuai dengan transformasi variabel independen. Oleh karena itu, regresi linier berganda dipergunakan menjadi alat analisis utama dalam menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Regresi linier berganda dipilih karena mampu menganalisis pengaruh melebihi satu variabel bebas pada satu variabel terikat secara simultan (Suharjo, 2013). Variabel bebas pada penelitian ini mencakup atraksi (X1), aksesibilitas (X2), amenitas (X3) dan *ancillary* (X4), sedangkan variabel terikatnya ialah kepuasan wisatawan (Y). Melalui model regresi ini, dapat diketahui besar dan arahnya pengaruh tiap-tiap variabel bebas pada kepuasan wisatawan. Persamaan umum

regresi linier berganda yang dipergunakan pada penelitian ini mengacu pada Suliyanto (2011), yaitu mencakup:

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

Keterangan:

Y = Kepuasan wisatawan

a =Konstanta

β_1 = Koefisien regresi untuk Atraksi

X1 = Atraksi/ Variabel bebas pertama

β_2 = Koefisien regresi untuk Aksesibilitas

X2 = Aksesibilitas/ Variabel bebas kedua

β_3 = Koefisien regresi untuk Amenitas

X3 = Amenitas/ Variabel bebas ketiga

B4 = Koefisien regresi untuk *Ancillary*

X4 = *Ancillary*/Variabel bebas keempat

e = Nilai residu (*error*)

Persamaan regresi tersebut dipergunakan menjadi landasan pada pengujian hipotesis penelitian, baik guna memahami pengaruh tiap-tiap variabel bebas secara individu ataupun pengaruhnya secara bersamaan terhadap kepuasan wisatawan. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, analisis dilakukan melalui beberapa pengujian statistik. Uji pengaruh variabel bebas secara parsial pada variabel terikat dijalankan melalui penggunaan uji t, sedangkan pengujian pengaruh variabel bebas secara simultan dilakukan melalui penggunaan uji F. Lebih lanjut, untuk mengetahui besaran kontribusi variabel bebas dalam menguraikan variasi variabel terikat, digunakan koefisien determinasi (R^2).

3.10.1 Uji t (Parsial)

Uji t parsial ialah metode statistik parametrik yang dipergunakan dalam mengevaluasi pengaruh tiap-tiap variabel bebas secara terpisah pada variabel terikat di suatu model regresi. Tujuan dari uji ini adalah guna

menilai apakah koefisien regresi setiap variabel bebas (X) berbeda secara signifikan dari nol, dengan memperhitungkan pengaruh variabel bebas lainnya (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini, uji t dipergunakan dalam menganalisis pengaruh variabel atraksi (X1), aksesibilitas (X2), amenitas (X3) dan *ancillary* (X4) terhadap kepuasan wisatawan (Y). Melalui uji t, didapati apakah tiap-tiap variabel independen tersebut memengaruhi signifikan pada kepuasan wisatawan secara parsial. Pengujian dijalankan melalui perbandingan nilai t hitung dengan t tabel atau dengan meninjau nilai signifikansi (*p-value*) pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Berikut ini rumus untuk menentukan nilai t tabel:

$$t_{\text{tabel}} = t (\alpha/2 ; n-k-1)$$

Keterangan:

α = tingkat signifikansi (0,05 atau 5%)

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

Hasil nilai *t* dari analisis regresi selanjutnya dibandingkan dengan nilai *t* pada tabel untuk pengambilan keputusan. Landasan pengambilan keputusan uji *t* dijelaskan dengan:

1. Apabila nilai signifikansi (sig.) kurang dari 0,05 dan nilai *t* yang dihitung lebih besar dibanding *t*-tabel, maka hipotesis alternatif (*H_a*) diterima dan hipotesis nol (*H_o*) ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya variabel bebas memengaruhi signifikan pada variabel terikat.
2. Apabila nilai signifikansi (sig.) melebihi 0,05 atau nilai *t* yang dihitung lebih kecil dibanding *t*-tabel, maka hipotesis nol (*H_o*) diterima dan hipotesis alternatif (*H_a*) ditolak, yang menandakan bahwasanya variabel bebas tidak memengaruhi signifikan pada variabel terikat

Dengan demikian, uji t dipergunakan dalam memahami variabel independen mana saja yang memengaruhi signifikan secara parsial pada variabel dependen.

3.10.2 Uji f (Simultan)

Uji F ialah salah satu uji statistik yang dipergunakan pada analisis regresi guna memahami pengaruh variabel independen secara simultan pada variabel dependen. Menurut Gujarati dan Porter (2010), uji F dipergunakan dalam menguji hipotesis nol yang mengungkapkan bahwasanya seluruh koefisien regresi sama dengan nol, yang artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh pada variabel dependen. Uji ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah seluruh variabel bebas yang dimasukkan pada model regresi secara simultan memberi pengaruh yang signifikan pada variabel terikat, sekaligus untuk menilai sejauh mana model regresi tersebut layak digunakan. Penentuan signifikansi dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) melalui perbandingan nilai F hitung terhadap F tabel atau dengan memperhatikan nilai signifikansi (*p-value*) yang dihasilkan dari analisis regresi. Nilai F tabel ditentukan melalui penggunaan rumus ini:

$$F_{tabel} = F(\alpha; k; n - k - 1)$$

Di mana:

α = tingkat signifikansi (0,05 atau 5%)

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

Hasil perhitungan F hitung dari output regresi kemudian digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Bila nilai signifikansinya tidak melebihi 0,05 dan nilai F hitung $>$ F tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti seluruh variabel independen secara simultan memengaruhi signifikan pada kepuasan wisatawan. Kebalikannya, bila nilai signifikansi melebihi 0,05 atau nilai

F hitung < F tabel, maka hipotesis nol (Ho) diterima dan hipotesis alternatif (Ha) ditolak. Dengan demikian, uji F berfungsi sebagai alat untuk memastikan bahwasanya model regresi yang dipergunakan mampu menguraikan korelasi diantara variabel independen dengan variabel dependen secara menyeluruh.

3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ialah ukuran statistik yang menunjukkan berapa besarnya variabel bebas mampu menguraikan transformasi pada variabel terikat dalam suatu model regresi. Menurut Ghozali (2018), koefisien ini mencerminkan proporsi variasi pada variabel dependen yang dapat diuraikan oleh variabel independen, sementara sisa variasi (residual) disebabkan oleh berbagai faktor lainnya di luar model penelitian.

Pada penelitian ini, koefisien determinasi dipergunakan dalam memahami seberapa besarnya kontribusi variabel atraksi (X1), aksesibilitas (X2), amenitas (X3) dan *ancillary* (X4) dalam menjelaskan variasi kepuasan wisatawan (Y). Nilai koefisien determinasi diperoleh dari hasil analisis regresi linier berganda yang ditunjukkan dengan nilai R^2 . Mengingat penelitian ini mempergunakan melebihi satu variabel independen, maka interpretasi kemampuan model regresi juga didasarkan pada nilai *Adjusted* R^2 , dikarenakan nilai ini sudah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang dipergunakan.

Secara matematis, *Adjusted* R^2 dirumuskan sebagai berikut:

$$\textit{Adjusted } R^2 = 1 - \left(\frac{(1 - R^2)(n - 1)}{n - k - 1} \right)$$

Di mana:

Adjusted R^2 = koefisien determinasi yang telah disesuaikan

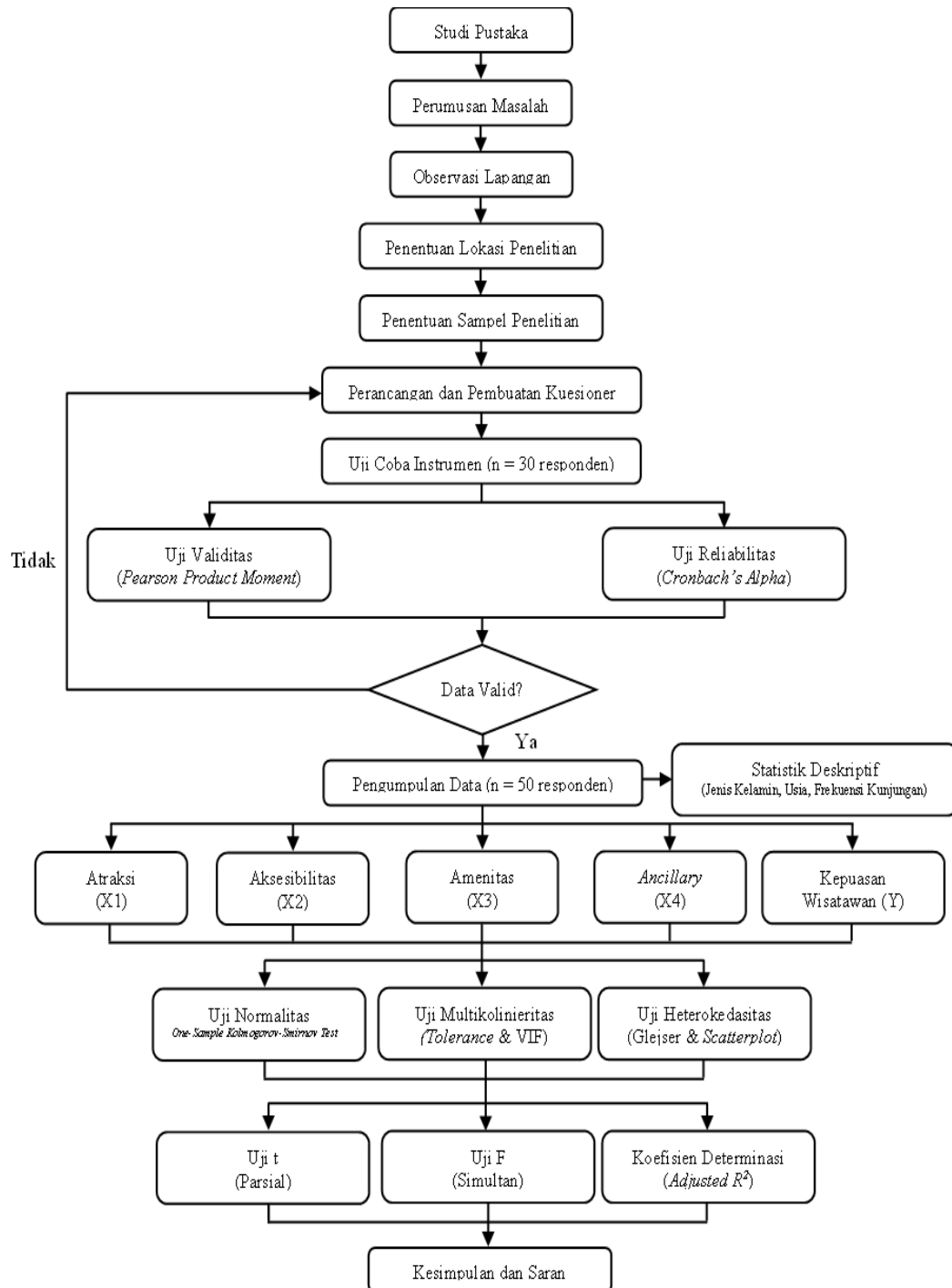
R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

Koefisien determinasi berentang nilai diantara 0 sampai 1. Makin dekat angka 1, makin tingginya kapasitas variabel bebas dalam menguraikan variasi pada variabel terikat. Kebalikannya, apabila nilai Adjusted R^2 dekat 0, kemampuan variabel independen untuk menguraikan variabel dependen dianggap rendah. Penafsiran koefisien determinasi dilakukan dengan memperhatikan besaran nilai Adjusted R^2 yang diperoleh. Contohnya apabila nilai *Adjusted* R^2 sebesar 0,60, maka bisa diartikan bahwasanya sebesar 60% variasi kepuasan wisatawan bisa diuraikan oleh variabel atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary*, sementara sebesar 40% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian. Sehingga, koefisien determinasi berguna dalam menilai berapa kuatnya model regresi mampu menguraikan keterkaitan diantara variabel bebas serta variabel terikat secara keseluruhan.

3.11 Diagram Alir Penelitian



Gambar 4. Diagram Alir Penelitian

V. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai hasil penelitian mengenai pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary* terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Kerang Mas, Labuhan Maringgai, maka bisa ditarik beberapa simpulan yakni:

1. Atraksi wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa keberadaan atraksi alam maupun buatan yang tersedia saat ini belum mampu menjadi faktor determinan yang mendorong kepuasan pengunjung. Meskipun Pantai Kerang Mas memiliki potensi daya tarik alam (pemandangan) dan kebersihan yang dinilai baik oleh wisatawan, hal tersebut belum mampu menjadi faktor determinan kepuasan. Temuan ini mengindikasikan bahwa keindahan alam hanya dipandang sebagai dasar ekspektasi (konfirmasi) yang sudah seharusnya ada, namun tidak memberikan nilai tambah karena kondisi fisik objek wisata dan penataan lahan yang masih dinilai rendah/tidak baik. Ketidakteraturan fisik inilah yang menghambat munculnya kepuasan yang melampaui harapan pengunjung.
2. Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil ini mengindikasikan bahwa kemudahan maupun hambatan dalam mencapai lokasi, termasuk kondisi jalan dan ketersediaan moda transportasi bukan merupakan faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan wisatawan saat ini. Wisatawan cenderung dapat menerima kondisi akses yang ada demi mencapai destinasi yang diinginkan, atau memandang aspek tersebut bukan sebagai bagian utama dari pengalaman kepuasan mereka di lokasi wisata.

3. Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Fasilitas penunjang (seperti ketersediaan toilet, tempat ibadah, area parkir dan tempat istirahat/gazebo) terbukti menjadi faktor paling dominan yang memengaruhi kepuasan. Makin baiknya kualitas dan ketersediaan fasilitas amenities, makin tingginya tingkat kepuasan yang dirasa oleh wisatawan. Namun, keterbatasan pada aspek penginapan dan kuliner menjadi penghambat utama bagi terciptanya kepuasan wisatawan yang lebih menyeluruh.
4. *Ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Keberadaan lembaga pengelola, pusat informasi dan layanan keamanan yang tersedia sekarang dinilai kurang optimal untuk memberi kontribusi nyata terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini mengisyaratkan bahwa peran manajemen operasional belum dirasakan secara langsung dampaknya oleh wisatawan.
5. Atraksi, aksesibilitas, amenities dan *ancillary* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa efek kolektif dari atraksi, aksesibilitas, amenities dan *ancillary* lebih kuat dibandingkan pengaruh tiap-tiap variabel secara parsial. Sinergi antar komponen destinasi menjadi kunci dalam membentuk kepuasan wisatawan.

5.2 Saran

Mengacu pada kesimpulan penelitian serta keterbatasan penelitian yang telah diuraikan pada sub-bab 4.5.6, peneliti merumuskan saran yang terbagi menjadi saran praktis dan saran akademis:

1. Saran Praktis (Bagi Pengelola Pantai Kerang Mas)

Saran ini direkomendasikan untuk meningkatkan aspek-aspek 4A yang belum optimal berdasarkan hasil analisis regresi:

- a. Revitalisasi dan Diversifikasi Atraksi (*Attraction*) Mengingat variabel atraksi tidak memberikan pengaruh signifikan, pengelola disarankan

untuk melakukan inovasi produk wisata. Hal ini dapat dilakukan dengan:

- 1) Merapikan tata letak pantai mengatur ulang lokasi di pantai agar lebih rapi dengan memisahkan area aktif (permainan) dengan area kontemplatif (istirahat) serta bagian parkir kendaraan untuk meningkatkan kenyamanan lokasi.
- 2) Mengadakan atraksi wisata air yang lebih variatif (misalnya penyewaan perahu hias atau wahana *banana boat*).
- 3) Menambah variasi hiburan dengan tidak hanya mengandalkan pemandangan laut saja. Pengelola bisa menambah hiburan lain seperti mengadakan pertunjukan seni budaya lokal sesekali agar pengunjung mendapat pengalaman baru yang di luar dugaan mereka.

b. Peningkatan Kualitas Infrastruktur Aksesibilitas (*Accessibility*) Meskipun secara statistik tidak berpengaruh signifikan, peningkatan aksesibilitas tetap krusial untuk keberlanjutan destinasi jangka panjang. Pengelola direkomendasikan untuk:

- 1) Mengadakan papan petunjuk arah permanen yang informatif di titik-titik strategis menuju lokasi untuk melengkapi kemudahan akses digital (Google Maps) yang sudah baik.
- 2) Menyediakan informasi kontak layanan transportasi lokal (sewa kendaraan atau ojek) pada platform digital resmi pantai untuk membantu aksesibilitas bagi wisatawan tanpa kendaraan pribadi.
- 3) Berkolaborasi dengan destinasi wisata sekitar untuk membentuk pola perjalanan wisata yang terintegrasi, sehingga jarak tempuh ke Pantai Kerang Mas dipandang sebagai bagian dari rangkaian perjalanan yang efisien.

c. Pemeliharaan Standar Mutu Amenitas (*Amenity*) Sebagai satu-satunya variabel yang berpengaruh signifikan, aspek amenities harus menjadi prioritas utama. Pengelola wajib:

- 1) Memastikan kebersihan toilet dan ketersediaan air bersih terjaga setiap saat, terutama saat lonjakan pengunjung.
 - 2) Merawat kondisi fisik gazebo dan mushola agar tetap layak dan nyaman digunakan.
 - 3) Mendorong pengembangan unit usaha baru seperti area perkemahan (*camping ground*) atau *homestay* serta peningkatan keragaman menu kuliner lokal untuk menutupi rendahnya penilaian pada aspek akomodasi dan restoran.
- d. Profesionalisme Layanan Kelembagaan (*Ancillary*) Untuk meningkatkan peran *ancillary*, pengelola perlu menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan, seperti:
- 1) Mengaktifkan kembali pusat informasi wisata dengan petugas yang kompeten dan menyediakan media informasi (brosur atau peta digital) yang membantu kebutuhan pengunjung di lokasi.
 - 2) Menyediakan kotak P3K yang memadai dan petugas keamanan yang berseragam serta responsif untuk memberikan rasa aman (*sense of security*) bagi wisatawan.
 - 3) Mengelola toko suvenir secara lebih profesional dengan mengkurasi produk kerajinan khas daerah, sehingga tidak hanya sekadar toko biasa, tetapi menjadi bagian dari daya tarik wisata belanja.
 - 4) Mengadakan pelatihan singkat bagi seluruh petugas pengelola mengenai standar pelayanan prima (*service excellence*) agar interaksi petugas dengan wisatawan dapat memberikan impresi positif.

2. Saran Akademis (Bagi Peneliti Selanjutnya)

Saran ini disusun untuk menindaklanjuti kelemahan penelitian yang teridentifikasi pada Bab 4 (sub-bab 4.5.6), agar penelitian di masa mendatang dapat menghasilkan temuan yang lebih komprehensif:

- a. Perluasan Ukuran Sampel dan Perbaikan Teknik Sampling Penelitian ini mempunyai keterbatasan pada jumlah sampel (50 responden) dan penggunaan teknik *accidental sampling*. Peneliti selanjutnya disarankan untuk:
 - 1) Memanfaatkan penggunaan ukuran sampel yang lebih besar (misalnya >100 responden atau menggunakan rumus Lemeshow/Slovin dengan tingkat presisi yang lebih tinggi) untuk meningkatkan normalitas data dan kekuatan generalisasi hasil.
 - 2) Menerapkan teknik pengambilan sampel yang lebih terstruktur, seperti *Systematic Random Sampling* atau *Stratified Sampling*, guna meminimalkan bias seleksi responden.
- b. Eksplorasi Variabel Penelitian Lain Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa masih terdapat 37,8% varian kepuasan yang dijelaskan oleh faktor di luar model 4A. Peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk mengintegrasikan variabel lainnya yang relevan, seperti:
 - 1) Harga (*Price*): Analisis persepsi kewajaran harga tiket dan makanan.
 - 2) Kualitas Pelayanan (*Service Quality*): Mengukur dimensi *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan *Tangible*.
 - 3) Citra Destinasi (*Destination Image*) dan Promosi Digital (*Digital Promotion*).
- c. Penerapan Desain Penelitian Longitudinal Mengingat penelitian ini mempergunakan desain *cross-sectional* yang hanyalah memotret kondisi di satu titik waktu, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan studi longitudinal atau komparatif waktu. Misalnya, membandingkan tingkat kepuasan antara hari kerja (*weekdays*) dan hari libur (*weekends*), atau antara musim ramai (*high season*) dan sepi (*low season*), untuk mengeliminasi bias musiman (*seasonal bias*) dalam persepsi wisatawan.

DFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, F. 2022. Pengaruh Daya Tarik, Amenitas dan Layanan Pendukung terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Losari Makassar. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 62: 145–156.
- Alfitriani, W.A. dan Ummasyaroh. 2021. Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis*, 2(1)
- Ningtiyas, Anandar, E., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Sutanto, D. H., & Waris, A. (2021). Analisis Pengaruh *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Melalui Loyalitas Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi. *Media Wisata*, 19(1). <https://doi.org/10.36275/mws>
- Supangat, Andi. 2007. *Statistika dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik. Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Arjana, I. G. B. 2020. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Azwar, S. 2010. *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar Offset: Yogyakarta.
- Fajaria, N. 2020. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksebilitas, Harga, Fasilitas dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Puro Mangkunegaran, Surakarta. *Skripsi*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D., N. dan Porter D., C. (2009) *Basic Econometrics*. New York: McGraw-Hill
- Hariani, Y. S., Suryawardani, I. G. A. O., & Diarta, I. K. S. 2020. Kepuasan Wisatawan Terhadap Elemen Daya Tarik Wisata Pantai Kuta Lombok. *JUMPA*, 6(2): 557-577.
- Hariz. 2022. 4 Perbedaan Data Sekunder & Data Primer dalam Analisis Data, Dqlab. Tersedia melalui: <https://dqlab.id/catat-4-perbedaan-data-sekunder-and-data-primer-dalam-analisis-data>. Diakses pada tanggal 22 September 2025 pukul 19.40.

- Hasan, A. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Ibnu Elmi A. S. Pelu. 2020. *Manajemen Destinasi Pariwisata Berbasis Komunitas*. Yogyakarta: Deepublish.
- Isdarmanto. 2016. *Dasar-Dasar Kepariwisataaan*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara dan Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta.
- Ismail, T., & Rohman, F. 2019. The Role Of Attraction, Accessibility, Amenities, And Ancillary On Visitor Satisfaction And Visitor Attitudinal Loyalty Of Gili Ketapang Beach. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 122: 149-165.
- Jushendriawati. 2021. Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Warung Terapung Water Amassangan Kecamatan Malangke Barat. *Skripsi*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Kotler, P. 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. 2003. *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas*. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P. 2011. *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: PT. Midas Surya Grafindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prectice Hall.
- Kusumawati, N. P. Y. W., & Firmani, P. S. 2021. Pengaruh Amenitas terhadap Kepuasan Wisatawan pada Twin Hill Stone Garden Kabupaten Bangli. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 91: 55–67.
- Maryono, H., Effendi, H., & Krisanti, M. 2016. Analisis Kepuasan Wisatawan untuk Manajemen Pantai di Wisata Pantai Tanjung Bira. *Jurnal Pariwisata*, 3(2).
- Mason, P. 2000. *Tourism Impacts, Planning and Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pendit, N. S. 2002. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana, Cetakan Ketujuh*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Pitana, I. G. 2009. *Pengantar ilmu pariwisata*. Yogyakarta: Andi offset.
- Putri, R., & Rahmawati, I. 2023. Analisis Pengaruh Aksesibilitas dan Layanan Pendukung terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Marina Semarang. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 101: 89–102.

- Salsabila, D., & Nugraha, A. 2023. Pengaruh Amenitas terhadap Kepuasan Wisatawan pada Destinasi Wisata Pantai Drini Gunungkidul. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 282: 112–124.
- Sarjono, H., & Winda, J. 2011. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soekadji, R. 2000. *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata sebagai Systemic Linkage*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sopiah & Sangadji, E. M. 2016. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. 2016. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Spillane, J. J. 1994. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya, Cetakan Ke 7*. Yogyakarta: Penerbit KANISIUS.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi Mix Methods*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharjo, B. 2013. *Statistika Terapan Disertai Contoh Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Erlangga.
- Suryadana, M. L. dan Octavia, V. 2020. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suwantoro, G. 2000. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suwena, I. K. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata, Cetakan Revisi*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Tjiptono, F. 2004. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. 2019. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utama, I. G. B. Rai. 2014. *Pengantar Industri Pariwisata: Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Witt, S. F., & Mountinho, L. 1994. *Tourism Marketing and Management Handbook* 2nd ed.. Hertfordshire: Prentice Hall International.

Yoeti, O. A. 2010. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.

KEBIJAKAN ATAU PERATURAN HUKUM REPUBLIK INDONESIA

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.