



STUDI KEPUASAN WISATAWAN DARI SUDUT KOMPONEN PARIWISATA
DI TAMAN BUNGA CELOSIA BANDUNGAN

Oleh

Teti Setiawan^{*1}, Trenggono²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

e-mail: ^{*1}tetisetiawan.23530067@student.stiepari.ac.id, ²trenggono@stiepari.ac.id

Abstrak

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan. Dalam penelitian dibatasi komponen wisata terhadap kepuasan wisatawan karena akan membawa kemajuan bagi pengelola. Tujuan penelitian adalah menjelaskan pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, amenitas dan Aktivitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung dan menjelaskan bersama-sama variabel atraksi, aksesibilitas, amenitas dan aktivitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif. Sampel sebanyak 98 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji model, uji hipotesis dilakukan dengan didahului uji validitas dan reliabilitas. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa atraksi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung, aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Amenitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung, Aktivitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung. Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Aktivitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung.

Kata Kunci: Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Aktivitas dan Kepuasan Wisatawan.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan yang penting bagi suatu negara. Indonesia sendiri merupakan negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah dan keragaman budaya sehingga memiliki peluang besar untuk dijadikan sektor pariwisata. Pariwisata pula sekarang merupakan komoditas yang dibutuhkan setiap individu karena dengan berwisata individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, belanja, bisnis hingga belajar tentang sejarah, budaya atau lainnya yang mengedukasi. Apalagi sekarang banyak pilihan untuk berbagai destinasi yang dapat di kunjungi.

Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi

secara baik (Tjiptono, 2012). Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2012).

Dalam suatu kegiatan wisata diharapkan semua hal yang berkaitan dengan kepariwisataan dapat terpenuhi dengan baik misalnya, komponen pariwisata. Terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah destinasi wisata, yaitu atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan aktivitas. Suatu tempat dapat dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata terutama perlu memenuhi 4 (empat) komponen kepariwisataan yang disebut 4A, yakni Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ansilari (Sugiana, 2014).

Menurut Hadiwijoyo (2012) komponen pengembangan pariwisata yang harus ada



adalah Attraction dan Accomodation. Attraction, seluruh aktivitas penduduk beserta lingkungan fisik desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti: kursus tari, bahasa, dan hal spesifik lainnya. Accommodation, homestay yang merupakan sebagian dari rumah penduduk atau bangunan yang dibangun dengan konsep tempat tinggal penduduk. Sedangkan menurut Brown dan Stange (2015) dalam bukunya yang berjudul *Management Tourism Destination* mengemukakan bahwa komponen dalam pengembangan pariwisata terdiri dari ini adalah 3A yaitu Attraction, Activity dan Accesibility. Buhalis (2000) mengemukakan teori yang berbeda bahwa komponen pengembangan pariwisata terdiri dari 6A yaitu Attraction, Amenities, Ancillary, Activity, Accessibilities Package. dan Available Pada penelitian ini penulis melakukan sintesis teori sehingga didapatkan 6 Komponen Pengembangan Pariwisata yaitu Attraction, Accomodation, Amenities, Ancillary services, Activity dan Accessibilities. Sebagaimana pendapat dari Stankovic dan Dukic (2009) yang menyatakan bahwa komponen pariwisata terdiri dari 4A yaitu Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Aktivitas

Atraksi wisata yaitu segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang ingin datang berkunjung ke tempat tersebut. Atraksi adalah semua yang menjadi daya tarik mengapa wisatawan tertarik datang berkunjung pada suatu destinasi pariwisata. Pengertian atraksi wisata merupakan suatu jenis liburan perjalanan yang dikaitkan dengan daya tarik yang memiliki sifat melokal untuk mempelajari kehidupan dan budaya yang ada di daerah. Kegiatan-kegiatan wisata dapat dilakukan di dalam hampir semua element, baik dengan lingkungan alami, keunikan suatu daerah, kebudayaan, dan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan obyek wisata yang ditujunya. Atraksi wisata dapat dikatakan sebagai faktor penarik wisatawan yang paling utama dalam

menghadirkan banyak wisatawan sehingga antraksi wisata memiliki keunikan dan keunggulan agar yang berbeda daripada wilayah lainnya.

Adapula aksesibilitas adalah kelancaran atau kemudahan akses menuju tempat destinasi wisata atau penghubung wisatawan dalam menjangkau daya tarik wisata, seperti: transportasi, jalan, dan pintu masuk lainnya. Sebagian besar wisatawan memilih berkunjung ke tempat destinasi yang mudah untuk dijangkau dari segi transportasi, karena akan lebih menghemat waktu dan juga uang. Tak jarang tempat-tempat destinasi wisata menarik yang lokasinya mudah dijangkau akan selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan.

Ada pula amenitas wisata sendiri berguna untuk menunjang kebutuhan wisatawan selama berada di destinasi pariwisata. Menurut Yoeti (2008) yaitu semua faktor yang dapat memberi atau melayani kebutuhan wisatawan saat berkunjung. Amenitas bisa terdiri dari fasilitas sarana dan prasarana yang ada seperti *rest area*, mushola/ tempat ibadah, toilet umum, tempat parkir hingga tempat belanja oleh-oleh. Adapula fasilitas menarik lainnya seperti sarana edukasi, taman bermain, gazebo, patung atau bangunan yang *iconic* guna dimanfaatkan untuk berswafoto oleh wisatawan. Fasilitas wisata memiliki peranan penting dalam membuat kenyamanan wisatawan yang berkunjung dan wisatawan berkenan menggunakan fasilitas yang disediakan oleh destinasi tersebut.

Aktivitas wisata adalah segala hal yang dapat dikerjakan oleh wisatawan di tempat destinasi wisata selama masa kunjungannya atau segala kegiatan yang dilakukan didalam maupun di luar atau di sekitar daya tarik wisata. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan tersebut dapat berupa aktivitas wisata alam, aktivitas wisata petualangan, aktivitas wisata Rafting, aktivitas wisata budaya dan masih banyak lagi aktivitas lainnya. Biasanya aktivitas wisata yang menarik akan memotivasi para wisatawan berkunjung ke daerah destinasi. Aktivitas



wisata juga bisa ditunjang oleh fasilitas yang disediakan oleh pihak destinasi wisata. Hal yang menarik kunjungan wisatawan bisa juga dilihat dari segi tingkat aksesibilitas.

Taman Bunga Celosia Bandungan adalah salah satu tempat wisata unggulan di Bandungan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Selain menikmati taman bunga bak negeri dongeng, ada berbagai daya tarik di sini. Daya tarik utama dari Taman Bunga Celosia tentunya adalah taman bunga yang sangat indah. Berbagai objek membuat wisatawan serasa di Eropa, seperti kincir angin hingga Menara Eiffel. Lokasi Taman Bunga Celosia berada di Jalan Gedong Songo KM 05 Berokan, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Rute perjalanannya searah dengan tempat wisata Candi Gedong Songo menurut Henry, Enik (2022). Dari pusat kota di Ungaran, jaraknya sekitar 20 km atau sekitar 40 menit perjalanan. Sedangkan dari pusat Kota Salatiga, jaraknya sekitar 28 km atau sekitar 50 menit perjalanan.

LANDASAN TEORI

Atraksi

Istilah atraksi sendiri merupakan kosakata dalam bahasa Indonesia yang diserap dalam bahasa Belanda yaitu *attractive*. Pengertian atraksi adalah pertunjukan atau tontonan yang memiliki daya tarik besar atau menarik perhatian. Bukan hanya sekedar pertunjukan tetapi juga sangat menarik perhatian orang untuk menyaksikannya. Seperti atraksi sirkus yang menampilkan hal-hal tidak biasa seperti akrobatik atau kepiawaian hewan melakukan hal-hal yang biasa dilakukan manusia. Atau seperti atraksi sulap yang membuat kita penasaran bagaimana seseorang bisa hilang dari dalam kotak. Sedangkan menurut Suryadi (2007) atraksi adalah semua yang menjadi daya tarik mengapa wisatawan tertarik datang berkunjung pada suatu destinasi pariwisata.

Istilah atraksi juga ditunjukkan untuk pertunjukan yang berkaitan dengan budaya

daerah seperti musik, tarian, tradisi, warisan sejarah, dan kekayaan alam yang menjadi daya tarik wisatawan daerah. Point penting dari istilah atraksi adalah adanya daya tarik yang besar suatu pertunjukan atau tontonan seperti atraksi ular menari atau anjing bersepeda. Munculnya daya tarik yang besar ini karena adanya hal-hal yang di luar kebiasaan masyarakat sehingga menimbulkan rasa ingin tahu yang besar. Bisa jadi hal tersebut belum pernah disaksikan sebelumnya seperti wisatawan asing yang belum pernah menyaksikan tari kecak yang mana mereka tidak pernah melihatnya sebelumnya di tempat asal mereka.

Menurut Middleton (2001) elemen-elemen di dalam suatu atraksi wisata yang secara luas menentukan pilihan pengunjung dan mempengaruhi motivasi calon-calon pembeli diantaranya:

- Atraksi Wisata Alam, meliputi bentang alam, pantai, iklim dan bentukan geografis lain dari suatu destinasi dan sumber daya alam lainnya.
- Atraksi Wisata Buatan/Binaan Manusia, meliputi bangunan dan infrastruktur pariwisata termasuk arsitektur bersejarah dan modern, monumen, trotoar, jalan, taman dan kebun, pusat konvensi, marina, tempat keurbakalaan, lapangan golf, toko-toko khusus, dan daerah yang bertema.
- Atraksi Wisata Budaya, meliputi sejarah dan cerita rakyat (legenda), agama dan seni, *theater music*, tari dan pertunjukan lain, dan museum. Beberapa dari hal tersebut dapat dikembangkan menjadi even khusus, festival, dan karnaval.

Atraksi Wisata Sosial, meliputi pandangan hidup suatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial.

Aksesibilitas

Aksesibilitas didefinisikan suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan melalui cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan mudah atau susahnyanya lokasi tersebut



.....
 dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Setiap lokasi geografis yang berbeda, memiliki tingkat aksesibilitas yang berbeda hal ini disebabkan perbedaan kegiatan dari masing-masing tata guna lahan. Kemudian Soekadijo (2003), mengemukakan persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi di mana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah di capai, harus memiliki akses kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat suatu destinasi wisata serta harus ada akhir tempat suatu perjalanan. Oleh karena itu harus selalu ada:

- a. Akses informasi
- b. Akses kondisi jalan menuju destinasi wisata
- c. Transportasi umum.

Jhon Black mengatakan bahwa aksesibilitas merupakan suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan pencapaian lokasi dan hubungan satu sama lain, mudah atau sulit lokasi tersebut dicapai melalui transportasi Leksono (2010). Aksesibilitas adalah konsep yang luas dan fleksibel.

Menurut Susanto (2004) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah hak atas akses yang merupakan layanan kebutuhan melakukan perjalanan yang mendasar. Dalam hal ini aksesibilitas harus disediakan oleh pemerintah terlepas dari digunakan modal transportasi yang disediakan tersebut oleh masyarakat. Aksesibilitas merupakan salah satu faktor yang membantu mempermudah perjalanan wisata para wisatawan yang akan berkunjung ke tempat atraksi wisata.

Susanto (2004) menambahkan bahwa aksesibilitas merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu ukuran perjalanan. Karakteristik system transportasi ditentukan oleh aksesibilitas. Sedangkan menurut Sammeng (2000) elemen-elemen aksesibilitas ada.

- a. Infrastruktur
- b. Perlengkapan meliputi ukuran kecepatan jangkauan dari sarana transportasi umum.

Amenitas

Menurut Middleton (2001) amenitas adalah pelengkap destinasi pariwisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata. Amenitas dibuat untuk mendukung konsep atraksi wisata yang sudah ada. Karena itu selain daya tarik wisata kegiatan wisata yang dilakukan wisatawan membutuhkan adanya fasilitas wisata yang menunjang kegiatan tersebut. Sehingga pada akhirnya setiap komponen saling berkaitan dalam rangkaian wisata perjalanan mulai dari daya tarik wisata, perjalanan wisata, sampai dengan fasilitas wisata yang tidak dapat dipisahkan.

Amenitas juga dapat diartikan suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. Kebutuhan wisatawan bukan hanya untuk menikmati keindahan alam atau keunikan destinasi wisata melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata seperti akomodasi (sarana kebersihan, kesehatan, keamanan, komunikasi, tempat hiburan, hotel/penginapan, restoran dan toko cinderamata), transportasi (jalan alternative, aspal, hotmik dan jalan setapak). Kendaraan (angkutan umum, becak, ojek dan sepeda), dan lain-lain (mushola, tempat parkir, MCK dan shelter).

Menurut Lawson dan Band Bovy dikutip dari buku “ *Tourism And Recreation Handbook Of Planning And Design* (1998)” membagi fasilitas menjadi dua jenis yaitu :

- a. Fasilitas dasar untuk komplek rekreasi dimanapun berada, yang memberikan pelayanan terhadap wisatawan secara umum seperti akomodasi, makanan dan minuman, hiburan bersantai, serta infrastruktur dasar untuk dasar penelolaan sebuah destinasi wisata.
- b. Fasilitas khusus sesuai karakteristik lokasi dan sumber daya yang tersedia yang menunjukkan katakteristik alamiah sebuah destinasi wisata.

Sedangkan menurut Middleton (2001) amenitas adalah unsur-unsur di dalam suatu destinasi wisata atau berkenaan dengan suatu



atraksi yang memungkinkan wisatawan untuk menginap dan dengan kata lain untuk menikmati dan berpartisipasi di dalam suatu destinasi wisata. hal tersebut meliputi:

- a. Akomodasi meliputi hotel, desa wisata, apartemen, villa dan sebagainya.
- b. Restoran meliputi dari makanan cepat saji sampai dengan makanan mewah.
- c. Transportasi di suatu destinasi wisata meliputi, taksi, bus, penyewaan sepeda, dan lain sebagainya.
- d. Fasilitas-fasilitas lain seperti pusat-pusat bahasa dan kursus keterampilan.
- e. Rentail outlet seperti took, agen perjalanan, souvenir, produsen camping.
- f. Pelayanan-pelayanan lain, misalnya pelayanan informasi, penyewaan perlengkapan dan kebijakan pariwisata.

Aktivitas

Aktivitas wisata adalah suatu kegiatan yang dapat dijumpai dalam proses administrasi. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Widjaja (2000). Sebagai berikut: Aktivitas adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijakan yang telah dirumuskan dan ditetapkan untuk melengkapi segala kebutuhan alat-alat yang diperlukan, siapa yang akan melaksanakan, ditempat mana pelaksanaannya, kapan waktu mulai dan berakhir, dan bagaimana cara yang harus dilaksanakan.

Aktivitas berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi wisata tersebut. Ini menjadi sangat penting karena walaupun destinasi sudah memiliki atraksi, aksesibilitas, amenitas yang baik namun jika tidak ada yang mengatur dan menguruskannya kedepannya pasti akan terbengkalai. Organisasi sebuah destinasi akan melakukan tugasnya seperti sebuah perusahaan. Mengelola destinasi sehingga bias memberikan keuntungan kepada pihak terkait seperti pemerintah, masyarakat sekitar, wisatawan, lingkungan, dan pada *stakeholder* lainnya.

Adapun dimensi aktivitas untuk penelitian ini, menurut Robert T. Kiyosaki dan Sharon l (1992) sebagai berikut:

a. Pengelola

Pengelola adalah sebuah kata yang besar sekali, mencakup pengelolaan uang, waktu, orang, sumber daya, dan terutama pengelolaan informasi.

b. Wisatawan

Wisatawan adalah setiap orang yang melakukan perjalanan dan menetap untuk sementara di tempat lain selain tempat tinggalnya, untuk salah satu atau beberapa alasan. Wisatawan adalah seseorang yang memenuhi syarat yaitu pertama bahwa mereka meninggalkan rumah kediaman mereka untuk jangka waktu kurang dari satu tahun, kedua bahwa sementara mereka bepergian mereka mengeluarkan uang di tempat yang mereka kunjungi tanpa dengan maksud mencari nafkah di tempat tersebut.

Kepuasan Wisatawan

Menurut Supranto (2006) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dari suatu pelayanan di bawah harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa. Apabila sesuai dengan harapan, maka pelanggan merasa puas, bahkan jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Menurut Ginting (2005) kepuasan wisatawan adalah persepsi yang dirasakan seseorang terhadap suatu kegiatan. Kepuasan wisatawan adalah persepsi yang dirasakan wisatawan dalam melaksanakan wisatanya dan setelah melakukan wisatanya. Kepuasan mengandung persepsi umum yang berkembang pada seorang wisatawan tentang sebuah produk wisata yang dibeli atau jasa wisata setelah pembelinya.



Menurut Kotler (2016) ada 3 metode yang bias digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan antara lain:

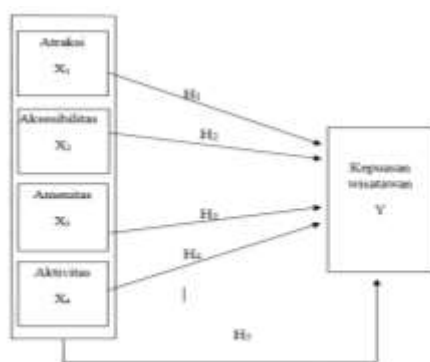
- Loyal terhadap produk konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.
- Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain ketika konsumen ingin membeli produk yang lain maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, faktual, dan akurat dengan membuat angket pada responden (pengunjung destinasi wisata) yang akan menjawab pertanyaan tentang pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas dan aktivitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung.

Regresi yaitu mempelajari hubungan atau antara variabel sehingga dari hubungan yang ada dapat ditaksir nilai variabel yang satu jika variabel lainnya diketahui.



Gambar 1. Desain Penelitian

Populasi dan Sampel

Menurut Arikunto (2019), Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi

adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dari kedua pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi adalah merupakan keseluruhan subjek penelitian yang akan dievaluasi dan generalisasi dari hasil penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang berkunjung di Taman Bunga Celosia Bandung.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Menurut (Arikunto, 2019) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini digunakan 90 wisatawan sebagai responden. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampel *Accidental Sampling* yaitu metode pengambilan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan ada atau dijumpai. Dalam penelitian ini peneliti akan mengambil sampel orang yang berkunjung atau pernah berkunjung di Taman Bunga Celosia Bandung.

Pengujian Kelayakan Instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Untuk menguji tingkat validitas dari kuisioner dengan taraf signifikan ($\alpha=5\%$) digunakan rumus koefisien korelasi product moment (Arikunto, 2019)

Proses perhitungan dikerjakan dengan cara bantu program SPSS, dalam menguji validitas ini diuji sebanyak 90 responden dengan ketentuan bahwa dengan nilai kritis product momen 5% maka dapat dikatakan bahwa pertanyaan tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas adalah alat ukur yang menunjukkan konsistensi alat ukur yang bersangkutan jika diterapkan berulang kali pada kesempatan yang berlainan, perhitungan reliabilitas menggunakan rumus alfa cronbach yaitu menurut Arikunto (2019). Dinyatakan reliabel jika harga $r \geq 0,60$ (paling tidak mencapai 0,60), kemudian harga indeks



reliabilitas yang standarkan paling tidak harus mencapai dibawah 0,60 ($r \leq 0,60$).

Analisis1 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya Atraksi (X_1) dan Aksesibilitas (x_2) Amenitas (X_3) dan Aktivitas (X_4) terhadap kepuasan wisatawan (Y). Peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda dengan formula sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Uji Model

a. Uji F Anova

Pengujian hipotesisi secara simultan menggunakan uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X_1 sampai dengan X_4 terhadap Y . Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < \text{signifikansi } 0,05$ (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, model layak untuk diteruskan. (ada pengaruh yang signifikan masing – masing variabel X dan variabel Y secara bersama – sama).

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Berfungsi untuk mengetahui variasi perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan adanya perubahan variabel bebas (X) dan dinyatakan dengan persentase (%). Koefisien ini digunakan sebagai pendekatan atas suatu hubungan linier antar variabel (Sugiyono, 2017).

Nilai koefisien determinasi berganda ini adalah lebih besar dari 0 tetapi lebih kecil dari 1, maka apabila :

- Nilai koefisien determinasi mendekati angka 1, berarti variabel bebas (X) memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel terikat (Y).
- Nilai koefisien determinasi mendekati angka 0, berarti banyak faktor – faktor diluar variabel yang diteliti yang memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y), sehingga model tidak layak untuk diteruskan.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel X khususnya X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap Y secara parsial, maka digunakan analisis distribusi uji t dengan langkah – langkah sebagai berikut :

a. Merumuskan masalah

$H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$, tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X_1, X_2, X_3 dan X_4 terhadap Y .

$H_0 : b_1, b_2, b_3$ dan $b_4 \neq 0$, ada pengaruh yang signifikan antara variabel X_1, X_2, X_3 dan X_4 terhadap Y .

b. membuat kesimpulan dengan ketentuan

- $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak ada pengaruh masing – masing variabel X dan Y).
- $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima (ada pengaruh masing-masing variabel X dan Y).

2. Uji F-test (bersama – sama)

Digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara bersama – sama. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < \text{signifikansi } 0,05$ (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, model layak untuk diteruskan (ada pengaruh yang signifikan masing – masing variabel X dan variabel Y secara bersama – sama).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu menjelaskan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dari r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat disimpulkan kalau semua indikator valid (Ghozali, 2013). Dengan 90 sample didapatkan r table sebesar 0,207.

Berdasarkan hasil pengujian validitas didapatkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai r hitung lebih besar dari pada 0,207 sehingga semua



.....
 pernyataan bersifat valid atau dapat mengukur keadaan yang sebenarnya.

Pengujian realibilitas bertujuan untuk mengukur tingkat kemampuan suatu instrument sehingga dapat menghasilkan data yang konsisten dan bebas dari kesalahan. Teknik yang digunakan untuk menentukan reliabilitas penelitian ini alat pengukurannya adalah teknik *Alpha Cronbach*, dimana indek reliabilitas dinyatakan reliable jika harga α yang diperoleh paling tidak 0,60 atau nilai $\alpha > r$ tabel 5%.

Dari hasil realibilitas yang dilakukan didapatkan nilai *Croobach's Alpha* untuk variabel Atraksi adalah 0,757, Variabel Aksesibilitas adalah 0,654, Variabel Amenitas adalah 0,701, Variabel Aktivitas adalah 0,707, dan Variabel Kepuasan Wisatawan adalah 0,733, .Seluruh nilai tersebut lebih besar dari nilai Alpha Standar, sehingga keseluruhan variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda adalah sebuah analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y). Uji regresi berganda penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 16.0 dan hasilnya disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Output Regresi Linier Berganda

Koefisien	B	Beta	T	Sig t
Konstanta	5.263		2,292	0.024
Atraksi	0,243	0,234	2,793	0.002
Aksesibilitas	0,160	0.129	1,882	0.001
Amenitas	0.416	0.326	4,244	0.000
Aktivitas	0.675	0.498	3,638	0.000
F			25.665	
Sig F			0,000	
Adj R ²			0,525	

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner untuk pengumpulan data dengan Skala Likert sebagai teknik pemberian skor. Sehingga nilai koefisien regresi yang digunakan adalah nilai

koefisien yang sudah distandarisasikan (*beta standardized*). Dipatakan persamaan

$$Y = 0,234X_1 + 0,129X_2 + 0,326X_3 + 0,498X_4$$

Dari persamaan regresi tersebut disimpulkan bahwa:

- Koefisien Variabel Atraksi sebesar 0,234 (positif). Hal ini berarti bahwa variabel atraksi mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Semakin tinggi nilai atraksi yang dimiliki, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan.
- Koefisien Variabel Aksesibilitas ternilai sebesar 0,129 (positif). Hal ini berarti bahwa variabel aksesibilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Semakin tinggi nilai aksesibilitas yang dimiliki, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan.
- Koefisien Variabel Amenitas bernilai sebesar 0,326 (positif). Hal ini berarti bahwa variabel amenitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Semakin tinggi nilai amenitas yang dimiliki maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan.
- Koefisien Variabel Aktivitas bernilai sebesar 0,496 (positif). Hal ini berarti bahwa variabel aktivitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Semakin tinggi nilai aktivitas yang dimiliki maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan.

Berdasarkan analisis di atas, maka dapat diketahui bahwa variabel aktivitas memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel atraksi, aksesibilitas, dan amenitas.

Uji Model

Uji Statistik F (Anova)

Uji statistic F (Anova) atau uji signifikansi simultan digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen, yaitu Atraksi (X_1), Aksesibilitas (X_2), Amenitas (X_3), dan Aktivitas (X_4) secara



bersama-sama terhadap variabel dependen Kepuasan Wisatawan.

Dari tabel hasil Uji Anova didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 25,665 dan nilai signifikansi 0,000. Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 5% atau signifikansi 0,05 dan nilai F_{tabel} adalah 2,47 untuk jumlah variabel bebas (k) = 4 variabel, jumlah sampel (n)=90 responden, dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka model dapat diteruskan karena terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
- Nilai F_{hitung} sebesar $25,665 > \text{nilai } F_{tabel}$ sebesar 2,47, maka model dapat diteruskan karena terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dan seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi (*adjusted* R^2) yang ditunjukkan oleh Tabel 1. adalah 0,525. Nilai ini menunjukkan bahwa 52,5% variasi variabel dependen Kepuasan Wisatawan (Y) bisa dijelaskan oleh variasi dari variabel independen Atraksi (X_1), Aksesibilitas (X_2), Amenitas (X_3), dan Aktivitas (X_4). Sedangkan sisanya sebesar 47,5% ($100\% - 52,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh model regresi ini.

Pengujian Hipotesis

Uji Statistik t (Parsial)

Untuk mengetahui apakah variabel Atraksi (X_1), Aksesibilitas (X_2), Amenitas (X_3), dan Aktivitas (X_4) secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Wisatawan (Y), dilakukan Uji Statistik t (Parsial) atau Uji Signifikansi Parsial.

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka dinyatakan bahwa variabel-variabel independen tersebut secara individual berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan.

- Nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel Atraksi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y). Hipotesis diterima.
- Nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel Aksesibilitas (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y). Hipotesis diterima.
- Nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel Amenitas (X_3) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y). Hipotesis diterima.
- Nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel Aktivitas (X_4) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y). Hipotesis diterima.

Uji Statistik F-test (bersama-sama)

Sebagaimana telah dijelaskan dalam pembahasan tentang Uji kelayakan Model di depan, uji statistik F atau uji signifikansi simultan digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen, yaitu Atraksi (X_1), Aksesibilitas (X_2), Amenitas (X_3), dan Aktivitas (X_4) secara bersama-sama terhadap variabel dependen Kepuasan Wisatawan (Y). Hasilnya ditunjukkan pada tabel 4.16, dimana didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 25,665 dan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 5% atau signifikansi 0,05 dan nilai F_{tabel} adalah 2,46 untuk jumlah variabel bebas (k)= 4 variabel, jumlah sampel (n) = 90 responden, dapat disimpulkan bahwa



: Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak atau terbukti terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari Variabel Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Aktivitas terhadap variabel Kepuasan Wisatawan.

Pembahasan

Uji hipotesis 1 hasil penelitian yang dilakukan, Atraksi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung, hal ini berarti hipotesis pertama diterima. Hasil uji regresi berganda menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,234 dan nilai signifikansi 0,002. Hal ini berarti bahwa apabila terdapat penambahan Atraksi, maka akan menambah Kepuasan Wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung.

Hal ini sesuai UU. No 10 Tahun 2009 yang menyebutkan, “Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan” jadi dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata merupakan suatu yang dapat menimbulkan daya tarik wisatawan.

Uji Hipotesis 2 hasil penelitian yang dilakukan, aksesibilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung, artinya hipotesis kedua diterima. Hasil uji regresi berganda menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,129 dan nilai signifikansi 0,001. Hal ini berarti bahwa apabila terdapat penambahan Aksesibilitas, maka akan menambah Kepuasan Wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung. Menurut (Pitana dan Ketut, 2009) aksesibilitas dalam pengembangan pariwisata sebagai sebuah sistem, faktor aksesibilitas, baik berupa perencanaan perjalanan, penyesuaian informasi mengenai rute dan destinasi, ketersediaan sarana transportasi, akomodasi, ataupun kemudahan lain untuk mencapai destinasi menjadi penentu hasilnya peluang

pengembangan destinasi wisata. aksesibilitas juga mencakup manajemen informasi kawasan pengembangan bagi calon wisatawan mengingat kaunikan daya tarik wisata.

Uji hipotesis 3 hasil penelitian yang dilakukan, amenitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung, hasilnya hipotesis ketiga diterima. Hasil uji regresi berganda menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,326 dan nilai signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05). Hal ini berarti bahwa apabila terdapat penambahan amenitas, maka akan menambah kepuasan wisata di Taman Bunga Celosia Bandung.

Menurut Middleton (2001) amenitas adalah pelengkap destinasi pariwisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata. Amenitas dibuat untuk mendukung konsep atraksi wisata yang sudah ada. Karena itu selain daya tarik wisata kegiatan wisata yang dilakukan wisatawan membutuhkan adanya fasilitas wisata yang menunjang kegiatan tersebut. Sehingga pada akhirnya setiap komponen saling berkaitan dalam rangkaian wisata perjalanan mulai dari daya tarik wisata, kegiatan wisata, sampai dengan fasilitas wisata merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Uji hipotesis 4 hasil penelitian yang dilakukan, aktivitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung, hal ini berarti hipotesis keempat diterima. Hasil uji regresi berganda menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,498 dan nilai signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05). Hal ini berarti bahwa apabila terdapat penambahan aktivitas, maka akan menambah kepuasan wisata di Taman Bunga Celosia Bandung.

Aktivitas adalah suatu kegiatan yang dapat dijumpai dalam proses administrasi. Hal ini sejalan dengan pengertian yang dikemukakan oleh Widjaja, (2003); sebagai



berikut: Aktivitas adalah usaha-usaha yang dikemukakan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijakan yang telah dirumuskan dan ditetapkan untuk melengkapi segala kebutuhan alat-alat yang diperlukan, siap yang akan melaksanakan, ditempat mana pelaksanaannya, kapan waktu dimulai dan berakhir, dan bagaimana cara yang harus dilaksanakan.

Uji hipotesis 5 hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel atraksi, aksesibilitas, amenitas dan aktivitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung. Hal ini berarti keempat variabel tersebut merupakan komponen yang harus diperhatikan oleh pengelolaan destinasi wisata Taman Bunga Celosia Bandung.

Kontribusi pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, amenitas dan aktivitas terhadap kepuasan wisatawan dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $25,665 > 2,47$, jadi simpulannya H_a diterima dan H_o ditolak. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan variabel Atraksi, aksesibilitas, Amenitas dan Aktivitas secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan. Dengan demikian semakin bagus atraksi wisata, kemudahan akses informasi atau akses jalan yang ditempuh wisatawan menuju destinasi, lengkapnya fasilitas yang disediakan serta beragam aktivitas yang dapat wisatawan lakukan maka wisatawan akan merasa puas dan melakukan kunjungan ulang juga merekomendasikannya kepada orang lain.

Penelitian ini mendukung pendapat dari Supranto (2006) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dari suatu pelayanan sesuai harapan, maka pelanggan akan merasa puas, bahkan jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh variabel atraksi terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung
2. Ada pengaruh variabel aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung.
3. Ada pengaruh variabel amenitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung.
4. Ada pengaruh variabel aktivitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung

Adanya pengaruh bersama-sama atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan aktivitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Celosia Bandung.

Saran

Dari hasil penelitian ini, dapat disarankan kepada pengelola destinasi wisata Taman Bunga Celosia Bandung beberapa hal yang hendaknya mendapat perhatian sebagai berikut:

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka disarankan bagi pengelola sebaiknya lebih memperhatikan suasana alam atau lingkungan destinasi wisata. pengelola juga bisa menambahkan taman bunga atau tanaman-tanaman pepohonan rindang guna menambah nilai keindahan estetika supaya destinasi wisata Taman Bunga Celosia Bandung lebih menarik untuk dikunjungi wisatawan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka disarankan bagi pengelola sebaiknya memberikan perhatian penuh untuk fasilitas-fasilitas dasar yang dibutuhkan para wisatawan selama berkunjung seperti toilet, tempat ibadah, rest area yang nyaman, kantin dan lainnya. Karena fasilitas yang disediakan di destinasi wisata Taman Bunga Celosia



Bandungan masih terbatas terutama kantin yang jumlahnya masih terbatas.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka disarankan bagi pengelola khususnya untuk pegawai agar lebih bersikap ramah terhadap wisatawan yang berkunjung dan meningkatkan pelayanan yang baik untuk wisatawan sehingga wisatawan merasa puas dan akan menceritakan perihal positif tentang destinasi kepada orang lain.

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disarankan bagi pengelola untuk menambahkan atraksi wisata yang menarik ataupun memperbaiki akses jalan menuju destinasi wisata serta menjaga menyediakan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan wisatawan dan juga meningkatkan pelayanan yang baik kepada wisatawan sehingga memberikan kesan yang baik bagi wisatawan yang datang agar wisatawan tidak merasa bosan dan betah untuk berkunjung lama di destinasi wisata Taman Bunga Celosia Bandungan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ari Kunto, S. (2019). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [2] Buhalis, Dimitros. 2000. Marketing The Competitive Destination of The Future. *Journal of Management*. Volume 21, Issue 1.
- [3] Brown, and Stange. 2015. *Tourism Destination Management*. Washington University
- [4] Hadiwijoyo, Surya Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- [5] Henry, Y. Enik, R (2022) Pengaruh Citra Wisata Nilai Budaya Resonansi Pelanggan pada Minat Berkunjung Pada Destinasi Wisata Taman Bunga Celosia Bandungan Semarang. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* Vol 8 No 2, Desember 2022.
- [6] Ginting. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- [7] Kiyosaki, RT. 1992. *Educating for Sustainable Tourism. Proceeding of the International Conference*, Slovenia. Japan.
- [9] Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- [10] Leksono. (2010). *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung : Alfabeta.
- [11] Middleton, V. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford : Butterworth - Heinemann
- [12] Pitana, I Gede. & Surya Diarta, I Ketut. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- [13] Sammeng .AM. (2000). *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta. Balai Pustaka.
- [14] Soekadijo, R. G. (2000). *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata sebagai Sistemik Linkage*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [15] Stankovic, I. J. (2009). Challenges of Strategic Marketing Of Tourist Destination Under The Crisis Condition. *Jurnal Of Economi and Organisation* Vol. 6, 23-31.
- [16] Sugiana, A Gima. 2014. *Pengembangan Bisnis dan Pemasaran Aset Pariwisata Edisi 1*. Guardaya Intimarta: Bandung.
- [17] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA.
- [18] Supranto. (2006). *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Rieneka Cipta
- [19] Susanto, A. (2004). *Sistem Informasi Akutansi*. Bandung.
- [20] Suryadi. (2007). *Psikologi konseling*. Bandung : Pustaka Bani Quraisy.
- [21] Tjiptono, Fandy. 2019. "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi.



-
- [22] Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- [23] Undang-undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 Pasal 1 Tentang Kepariwisataaan.



.....

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN