

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNJUNG
BERWISATA DIKAWASAN KEMUNING KARANGANYAR
(Studi Kasus: Objek Wisata Kawasan Kemuning Karanganyar)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik**

Oleh:

YUSUF SANDIKA PUTRA

D 600 160 061

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNJUNG BERWISATA DIKAWASAN KEMUNING
KARANGANYAR**

(Studi Kasus: Objek Wisata Kawasan Kemuning Karanganyar)

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

YUSUF SANDIKA PUTRA

D 600 160 061

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Dr. Ir. Suranto, S.T., M.M., M.Si.

NIK.797

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNJUNG BERWISATA DIKAWASAN KEMUNING
KARANGANYAR**

(Studi Kasus: Objek Wisata Kawasan Kemuning Karanganyar)

**OLEH
YUSUF SANDIKA PUTRA
D 600160061**

**Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Rabu 10 Februari 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.**

Dewan Penguji:

1. **Dr. Ir. Suranto, S.T., M.M., M.Si** (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Ir. Much. Djunaldi, S.T., M.T** (.....)
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Ir. Ratnanto Fitriadi, S.T., M.T** (.....)
(Anggota II Dewan Penguji)

Dekan,



**Ir. Sri Sunarjono, M.T., Ph.D., IPM
NIK. 682**

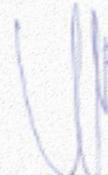
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini 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 atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 Februari 2021

Penulis



YUSUF SANDIKA PUTRA

D600160061

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNJUNG BERWISATA DIKAWASAN KEMUNING KARANGANYAR

(Studi Kasus: Objek Wisata Kawasan Kemuning Karanganyar)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis pengaruh hubungan dan signifikansi daya tarik wisata (4a), peran kelembagaan, dan partisipasi masyarakat terhadap kepuasan wisatawan (2) Menganalisis pengaruh hubungan dan signifikansi kepuasan wisatawan terhadap minat kunjung ulang (3) Memberikan usulan faktor-faktor untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak pengelola wisata yaitu DISPASPORA dalam mengetahui seberapa puas wisatawan terhadap objek wisata serta menentukan faktor untuk meningkatkan kualitas objek wisata. Penelitian ini dilakukan pada objek wisata Kawasan Kemuning Karanganyar yang merupakan sebuah objek wisata yang ada di lereng gunung lawu Kabupaten Karanganyar. Pengambilan data dengan metode Purposive Sampling melalui kuisioner google form yang disebarakan kepada wisatawan. Metode analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) yaitu satu metode analisis multivariate yang dapat menganalisis hubungan variabel secara kompleks untuk menjelaskan secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian. Hasil penelitian didapatkan bahwa faktor Attraction, Aminties(Fasilitas) dan Partisipasi Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan, Faktor Kelembagaan berpengaruh positif namun tidak signifikan, Faktor Accesbility dan Ancillary Service berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan. Kepuasan Wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang. Rekomendasi strategi guna untuk meningkatkan kepuasan wisatawan diprioritaskan pada faktor-faktor yang mempunyai signifikan terhadap kepuasan wisatawan antara lain: *Attraction, Aminties*, dan Partisipasi Masyarakat.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Kepuasan Wisatawan, Minat Kunjung Ulang, SEM(*Structural Equation Modeling*)

Abstract

This study is to (1) analyze the influence of the relationship and significance of tourist attractions (4a), institutional roles, and community participation on tourist satisfaction (2) to analyze the influence of the relationship and the significance of tourist satisfaction on the interest in revisiting (3) suggesting factors for increase tourist satisfaction. This research is expected to be able to provide benefits for tourism management, namely DISPASPORA in knowing how satisfied tourists are with tourist objects and determining factors to improve the quality of tourist objects. This research was conducted on a tourist attraction in the Kemuning Karanganyar area which is a tourist attraction on the slopes of Mount Lawu in Karanganyar Regency. Retrieval of data using purposive sampling method through google form questionnaires distributed to tourists. The data analysis method used is Structural Equation Modeling (SEM), which is a multivariate analysis method that can analyze complex variable relationships to thoroughly explain the relationship between variables in the study. The results showed that the factors of Attraction, Aminties (Facilities) and Community Participation had a positive and

significant effect, institutional factors had a positive but insignificant effect, the Accessibility and Ancillary Service factors had a negative and insignificant effect on tourist satisfaction. Tourist Satisfaction has a positive and significant effect on Revisiting Interest. Recommendations for strategies to increase tourist satisfaction are prioritized on factors that have a significant impact on tourist satisfaction, including: Attraction, Amenities, and Community Participation.

Keywords: Revisiting Interest, SEM (Structural Equation Modeling), Tourist Attraction, Tourist Satisfaction,.

1. PENDAHULUAN

Objek Wisata Kawasan wisata kemuning karanganyar yang terletak didesa Kemuning Kec. Ngargoyoso Jawa Tengah merupakan bukit dengan ketinggian 800 – 1500mdpl dengan area yang cukup luas dengan hamparan luas tanah lapang dan lembah-lembah yang ditanami dengan pohon teh sehingga membuat landscape pemandangan yang cantik. Disamping itu obyek wisata kawasan kemuning karanganyar didalamnya juga terdapat beberapa pilihan objek wisata seperti Bukit Pandang Kemuning Karanganyar, Lembah Sumilir, Taman Bintang, Arum Jeram Kali Pucung, dan Arum Jeram Kali Pring Kuning *River*. Salah satu permasalahan yang ada pada objek wisata kemuning karanganyar adalah kualitas pada objek wisata ini masih kalah dibanding dengan objek wisata lain yang ada dikaranganyar. Hal itu dibuktikan dengan objek wisata kawasan wisata kemuning karanganyar kalah bersaing dengan objek wisata lain sebagai objek wisata unggulan dikaranganyar seperti Wisata Candi Ceto, Air Terjun Grojokan Sewu, Candi Suku, Museum Kampung Purba, Agrowisata Sundokoro sebagai wisata unggulan yang ada dikaranganyar. Mengutip pernyataan dari penelitian yang dilakukan oleh Fitri Yani yang dilakukan pada tahun 2017 mengatakan bahwa, dampak dari pengelolaan yang dilakukan secara maksimal, matang, baik dan benar yang diberikan pada suatu objek wisata akan berdampak positif bagi kualitas suatu kawasan objek wisata, namun jika pengelolaan pada suatu objek wisata yang belum tepat akan berdampak negatif bagi kualitas objek wisata. Dari pernyataan tersebut, maka kualitas objek wisata ini dipengaruhi oleh pengelolaan yang diberikan pada objek wisata tersebut. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, meneliti kepuasan wisatawan terhadap minat kunjung ulang serta memberi usulan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan

Kualitas objek wisata terbagi antara lain: *Attraction*, *Amenities*, *Accessability*, *Ancillary Service*, Peran Lembaga dan Partisipasi Masyarakat. *Attraction* merupakan modal/karakteristik ciri khas yang dimiliki pada suatu tempat wisata yang menarik wisatawan dalam berkunjung (George Ariya, 2016). *Amenities* atau fasilitas merupakan segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan

oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata (Dwi Setiawan, 2015). *Accessibility* merupakan segala macam infrastruktur dan transportasi ataupun jasa transportasi dalam pariwisata (Ida Bagus Kade Wanda dkk, 2018). *Ancillary Service* atau fasilitas pendukung adalah mencakup keberadaan dari berbagai organisasi yang memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran dari suatu destinasi wisata (Ida Bagus Kade Wanda dkk, 2018). Lembaga adalah sesuatu organisasi yang tugas dan fungsinya menyelenggarakan pemerintahan negara dengan tujuannya untuk melakukan penyelidikan, melukan usaha dan interaksi sosial (Sri Rahayu Febrianingrum dkk, 2019). Partisipasi masyarakat adalah peran sertanya dalam kegiatan penyusunan perencanaan dan implementasi proyek pembangunan (Fathurrahman Fadil, 2013). Faktor-faktor tersebut akan dinilai dengan kepuasan wisatawan, serta kepuasan wisatawan akan dihubungkan dengan minat kunjung ulang. Kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Rahmat Priyanto, 2018). Minat kunjung merupakan keinginan dalam benak konsumen untuk melakukan kunjungan ke suatu tempat (Willi Yunantias, 2015).

2. METODE

Penelitian ini dilakukan di Objek Wisata Kawasan Kemuning Karanganyar yang terletak di Desa Kemuning Kec. Ngargoyoso, Kab. Karanganyar Jawa Tengah yang dilaksanakan pada bulan April 2020 – Januari 2021. Adapun penelitian hanya dilakukan pada objek wisata alam yang ada di Objek Wisata Kawasan Kemuning Karanganyar antara lain: Kebun Teh Kemuning, Lembah Sumilir, Kali Pucung Adventure, Taman Bintang dan Kali Pring Kuning River. Penelitian ini bersifat kualitatif dan kuantitatif (*mix methode*). *Mixed methode* yaitu suatu langkah penelitian dengan menggabungkan 2 bentuk pendekatan dalam penelitian yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kualitatif disebut juga penelitian naturalistik dimana sifat datanya dikumpulkan bercorak kualitatif yang artinya tidak menggunakan alat ukur (Angki Aulia Muhammad, 2013). Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan penyelidikan permasalahan berdasarkan teori-teori yang diukur dengan angka. Strategi penggabungan 2 jenis pendekatan penelitian ini dilakukan dengan wawancara/interview terlebih dahulu untuk mendapatkan data kualitatifnya yaitu indikator-indikator penelitian, lalu dilanjut dengan data kuantitatif, dalam hal ini penyebaran kuisioner, pengolahan data dengan angka-angka. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 170 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*.

2.1 Variabel penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang memiliki peran dalam kegiatan penelitian dan akan dijadikan sebagai objek pengamatan penelitian (Willi Yuantians, 2015). Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel penelitian yaitu variabel *exogen*(X) yaitu *attraction*, *aminitas*, *accessibility*, *ancillary service*, kelembagaan dan partisipasi masyarakat, variabel *intervening*(Y) yaitu kepuasan wisatawan dan variabel *endogen*(Z) yaitu minat kunjung ulang.

a. Variabel *Exogen*

Variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Mailiza Damayanti, 2015). Peran variabel independen dalam penelitian ini adalah mempengaruhi variabel terikat (dependen). Berikut merupakan variabel *exsogen* beserta indikatornya:

- 1) *Atraction* (Daya tarik objek wisata): Terjaganya kelestarian alam (tumbuhan tanaman teh) diobjek wisata, Terjaganya kebersihan dilingkungan objek wisata, Terjaganya kelestarian seni budaya(tari pucuk bedhayan) objek wisata.
- 2) *Aminities* (Fasilitas): Tersedia penginapan seperti hotel berbintang atau non berbintang dan homestay, Tersedia restoran umum di lokasi objek wisata, Tersedia tempat ibadah di lokasi objek wisata, Tersedia toilet umum di objek wisata, Tersedia pusat perbelanjaan cinderamata khas, Tersedianya pelayanan publik/agen perjalanan yang menyediakan paket wisata ke kemuning karanganyar, Tersedianya Guide lokal di objek wisata.
- 3) *Accessibility* (Aksesibilitas): Akses Kondisi Jalan utama menuju obyek wisata baik dan tidak rusak, Adanya akses jalan alternatif menuju obyek wisata, Adanya transportasi pusat: bandara, terminal, stasiun, yang dekat dengan objek wisata, Adanya transportasi umum: angkotan umum untuk menuju kelokasi objek wisata, Adanya transportasi strategis: Ojek, taxi (*online/offline*) di objek wisata.
- 4) *Ancillary services* (Pendukung Pariwisata): Terdapat pos keamanan Polisi disekitar objek wisata, Terdapat pusat Layanan kesehatan disekitar objek wisata, Ketersediaan air bersih yang mudah didapat di objek wisata, Adanya Kuliner khas objek wisata, Terdapat tempat pengolahan limbah diobjek wisata, Ketersediaan kualitas jaringan komunikasi seluler yang baik diobjek wisata, Terdapat pelayanan perbankan disekitar objek wisata.
- 5) Kelembagaan: Terdapat peran lembaga pemerintah dalam mengelola tempat objek wisata, Adanya promosi pariwisata melalui media cetak/non cetak yang ditawarkan dari lembaga pengelola, Terciptanya hubungan yang bersinergi antara lembaga dan masyarakat.

6) Partisipasi Masyarakat: Masyarakat turut serta dalam menjaga keamanan, kenyamanan, ketertiban dan kebersihan daerah wisata, Masyarakat menunjukkan keramahannya terhadap wisatawan, Terdapat organisasi/komunitas yang aktif berperan pada objek wisata.

b. Variabel *Intervening*

Variabel *Intervening* merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen Sugiyono (2012) dalam Fitri Aningsih (2015). Berikut merupakan variabel *intervening* serta indikatornya dalam penelitian ini:

1) Kepuasan Wisatawan: Kesesuaian objek wisata dengan yang diharapkan sebelum berkunjung, Kesesuaian tarif yang dibayarkan dengan objek wisata yang ditawarkan, Kepuasan wisatawan terhadap pelayanan yang diberikan pada objek wisata

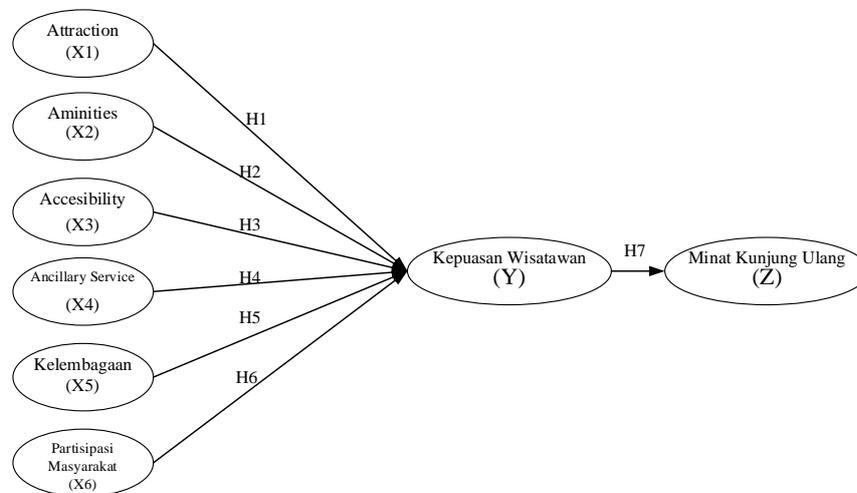
c. Variabel *Endogen*

Variabel *endogen*/dependen adalah variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain, dimana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah. Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output* (Fitri Aningsih, 2015). Berikut merupakan variabel endogen serta indikatornya:

1) Minat Kunjung Ulang: Pengunjung merasa bahwa objek wisata kawasan kemuning karanganyar memiliki reputasi yang baik, Rencana akan mengunjungi obyek wisata kembali, Memberi rekomendasi kepada orang lain.

2.2 Kerangka Penelitian

Adapun kerangka penelitian pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar1 Kerangka Model Penelitian.



Gambar 1. Kerangka Model Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

- H1 : Faktor *Attraction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan
- H2 : Faktor *Accesibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan
- H3 : Faktor *Aminities* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan
- H4 : Faktor *Ancillary Services* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan
- H5 : Faktor Kelembagaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan
- H6 : Faktor Partisipasi Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Wisatawan
- H7 : Faktor Kepuasan Wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungi Ulang

2.4 Teknik Analisis Data

Teknik pengelolaan data dilakukan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) yang berbasis PLS (*Partial Least Square*) dengan *software SmartPLS 3.0*. SEM adalah salah satu analisis multivariate yang dapat menganalisis hubungan variabel secara kompleks (Albertin Yunita Nawangsari, 2011). Basis PLS merupakan teknik analisis data alternatif dari analisis SEM yang berfungsi untuk mengatasi berbagai permasalahan dalam sebuah hubungan (Andy Mulyana dkk, 2016).

a. *Measurement Outer Model*

Uji *measurement* model atau *outer* model bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk dari masing-masing indikator. Uji validitas digunakan untuk menguji kevalidan instrumen data dan uji reliabilitas digunakan untuk menguji keandalan data (Suranto, 2004). Prosedur pengujian validitas diuji berdasarkan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya yang di-run dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0*. *Convergent validity* dinilai berdasarkan korelasi (*outer loading*). Validitas konvergen telah memenuhi syarat apabila nilai *loading factor* > 0,70 (Meuthia, 2019). *Discriminant validity* dinilai berdasarkan nilai *cross loadingnya*. Jika skor korelasi indikator ke variabelnya > daripada ke variabel lain maka indikator telah memenuhi syarat (Meuthia, 2019).

Untuk mengukur reliabilitas variabel penelitian maka digunakan *Composite Reliability* dan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) . Jika nilai *Composite Reliability*>0,70(Meuthia,2019) dan nilai AVE > 0,50 maka data tersebut dapat dikatakan reliabel (Fenny Maharani,2019).

b. *Struktural Inner Model*

Inner model (*inner relation, structural model dan substantive theory*) menggambarkan hubungan antara variabel laten. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* (R²) untuk konstruk dependen dan nilai signifikansi untuk hubungan yang ditentukan berdasarkan nilai *P-Value* < 0,05(Meuthia, 2019). Nilai *R-Square* menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen yang dijelaskan oleh variabel dependen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Menilai Outer Model

Menurut Ghozali (2006) dalam Meuthia (2019) nilai *loading factor* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai. Pada penelitian ini menggunakan nilai *loading factor* 0,7

Tabel 1. *Output Outer Loading*

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y	Z
X1.1	0.859							
X1.2	0.891							
X2.3		0.732						
X2.4		0.738						
X2.5		0.729						
X2.6		0.732						
X2.7		0.813						
X3.3			0.790					
X3.4			0.874					
X3.5			0.820					
X4.1				0.834				
X4.2				0.823				
X4.5				0.858				
X4.7				0.808				
X5.1					0.883			
X5.2					0.831			
X5.3					0.826			
X6.1						0.789		
X6.2						0.844		
X6.3						0.813		
Y1.1							0.799	
Y1.2							0.752	
Y1.3							0.848	
Z1.1								0.801
Z1.2								0.830
Z1.3								0.895

Berdasarkan hasil pada tabel 1. Bahwa nilai *loading factor* semua indikator telah lebih besar dari 0,7(*loading factor* > 0,7) . Hal ini berarti dapat dikatakan indikator sudah baik.

Discriminant validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. *Discriminant validity* dinilai berdasarkan *cross loading*.

Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika skor korelasi indikator ke variabelnya lebih tinggi daripada ke variabel lain (Meuthia, 2019).

Tabel 2. *Cross Loading*

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y	Z
X1.1	0.859	0.149	0.105	0.146	0.195	0.316	0.312	0.298
X1.2	0.891	0.331	0.273	0.239	0.172	0.36	0.351	0.229
X2.3	0.187	0.732	0.380	0.542	0.417	0.364	0.247	0.272
X2.4	0.287	0.738	0.375	0.493	0.309	0.375	0.329	0.277
X2.5	0.148	0.729	0.316	0.355	0.358	0.432	0.379	0.359
X2.6	0.175	0.732	0.407	0.369	0.513	0.410	0.333	0.303
X2.7	0.256	0.813	0.492	0.538	0.507	0.461	0.338	0.202
X3.3	0.185	0.313	0.790	0.386	0.205	0.318	0.197	0.030
X3.4	0.215	0.501	0.874	0.494	0.387	0.417	0.265	0.166
X3.5	0.137	0.481	0.820	0.623	0.331	0.304	0.168	0.125
X4.1	0.155	0.448	0.407	0.834	0.418	0.360	0.264	0.206
X4.2	0.130	0.535	0.453	0.823	0.361	0.340	0.204	0.141
X4.5	0.227	0.560	0.584	0.858	0.448	0.536	0.353	0.174
X4.7	0.211	0.448	0.502	0.808	0.397	0.416	0.199	0.165
X5.1	0.234	0.478	0.250	0.378	0.883	0.547	0.449	0.454
X5.2	0.137	0.459	0.373	0.446	0.831	0.477	0.364	0.256
X5.3	0.146	0.492	0.360	0.448	0.826	0.522	0.343	0.299
X6.1	0.378	0.458	0.390	0.522	0.502	0.789	0.407	0.296
X6.2	0.377	0.416	0.287	0.327	0.404	0.844	0.558	0.420
X6.3	0.198	0.481	0.387	0.437	0.601	0.813	0.494	0.317
Y1.1	0.331	0.393	0.261	0.302	0.397	0.527	0.799	0.436
Y1.2	0.162	0.269	0.137	0.198	0.356	0.381	0.752	0.449
Y1.3	0.391	0.387	0.222	0.27	0.356	0.530	0.848	0.547
Z1.1	0.280	0.252	0.161	0.128	0.338	0.353	0.511	0.801
Z1.2	0.236	0.346	0.078	0.201	0.358	0.390	0.455	0.83
Z1.3	0.238	0.366	0.10	0.20	0.336	0.346	0.541	0.895

Berdasarkan tabel 2. yang berarti bahwa nilai *loading factor* korelasi indikator ke variabelnya lebih tinggi daripada ke variabel lain. Hal ini berarti bahwa setiap variabel laten sudah memiliki nilai *Discriminant Validity* yang sudah baik.

Menurut Ghozali (2008) dalam Meuthia (2019) suatu indikator dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik jika nilai *composite reliability* lebih besar dari 0.70 dan AVE(*Average Variance Extracted*) diatas 0,5 (Fenny Maharani,2019).

Tabel 3. Nilai *Composite Reliability* dan AVE

	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
X1	0.867	0.766
X2	0.865	0.562
X3	0.868	0.687
X4	0.899	0.690
X5	0.884	0.718
X6	0.856	0.665
Y	0.843	0.642
Z	0.880	0.711

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diartikan bahwa nilai *composite reliability* di atas 0,70 dan AVE diatas 0,50 maka dapat disimpulkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabel.

3.2 Pengujian *Inner Model*

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *Output Path Coefficients* antara lain, nilai *Original Sample* dan *T Statistics/P-Value*. Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% (Andy Mulyana dkk, 2016), sehingga dapat dikatakan signifikan jika memiliki nilai P Value < 0,05.

Tabel 4. *R-Square*

Variabel	R Square
Y	0.417
Z	0.354

Tabel 4. menunjukkan nilai R-Square untuk variabel Y (Kepuasan Wisatawan) diperoleh sebesar 0,417 dan untuk variabel Z (Minat Kunjung Ulang) diperoleh sebesar 0,354. Hasil menunjukkan bahwa Variabel Kepuasan Wisatawan(Y) sebesar 41,7% dapat dipengaruhi *Attraction, Aminitas, Accessibility, Ancillary Service, Kelembagaan* dan Partisipasi masyarakat sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel minat berkunjung ulang (Z) 35,4% dapat dipengaruhi oleh Kepuasan Wisatawan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Pada pengujian hipotesis menggunakan taraf signifikansi 5% dapat dikatakan signifikan jika memiliki nilai P Value < 0,05 (Andy Mulyana dkk, 2016).

Tabel 5. *Output Path Coefficients*

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values	Keterangan
X1 -> Y	0.169	0.165	0.072	2.347	0.010	Signifikan
X2 -> Y	0.147	0.150	0.084	1.763	0.039	Signifikan
X3 -> Y	-0.052	-0.044	0.071	0.735	0.231	Tidak Signifikan
X4 -> Y	-0.056	-0.049	0.082	0.683	0.248	Tidak Signifikan
X5 -> Y	0.126	0.130	0.093	1.363	0.087	Tidak Signifikan
X6 -> Y	0.432	0.424	0.082	5.300	0.000	Signifikan
Y -> Z	0.598	0.602	0.063	9.468	0.000	Signifikan

Hasil pengujian dengan *bootstrapping* adalah sebagai berikut :

1) Hipotesis 1

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hubungan faktor *Attraction*(X1) dengan Kepuasan Wisatawan(Y) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,169 yang berarti positif dan p-

value < taraf signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ yang artinya signifikan. Hal ini membuktikan bahwa faktor *Attraction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan yang berarti sesuai dengan hipotesis pertama, maka hipotesis 1 diterima. Jadi, semakin baik *attraction* pada objek wisata maka menciptakan kepuasan pada benak konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Stella Alvianna, dkk (2020) dimana *attraction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

2) Hipotesis 2

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa hubungan faktor *Aminities*(X2) dengan Kepuasan Wisatawan(Y) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,147 yang berarti positif dan p-value < taraf signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$ yang artinya signifikan. Hal ini membuktikan bahwa faktor *Aminities* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan yang berarti sesuai dengan hipotesis kedua, maka hipotesis 2 diterima. Jadi, semakin baik *amenities* pada objek wisata maka menciptakan kepuasan pada benak konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Monica Della Kristianty (2020) dimana *amenities* berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

3) Hipotesis 3

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hubungan faktor *Accesbilities*(X3) dengan Kepuasan Wisatawan(Y) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar $-0,052$ yang berarti negatif dan p-value > taraf signifikan sebesar $0,231 > 0,05$ yang artinya tidak signifikan. Hal ini membuktikan bahwa faktor *Accesbilities* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis ketiga, maka hipotesis 3 ditolak. Jadi, semakin baik *accessibility* pada objek wisata maka kepuasan konsumen akan menurun. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Monica Della Kristianty, dkk (2019) dimana *accessibility* berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, karena pada penelitian ini hanya ingin menguji pengaruh *accessibility* terhadap kepuasan wisatawan yang terjadi pada objek wisata kawasan kemuning karanganyar.

4) Hipotesis 4

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa hubungan faktor *Ancillary Service*(X4) dengan Kepuasan Wisatawan(Y) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar $-0,056$ yang berarti negatif dan p-value > taraf signifikansi sebesar $0,248 > 0,05$ yang artinya tidak signifikan. Hal ini membuktikan bahwa faktor *Ancillary Service* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis keempat, maka hipotesis 4 ditolak. Jadi, semakin baik *ancillary servive* pada objek wisata, maka kepuasan konsumen akan menurun.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Stella Alvianna, dkk (2020) dimana *ancillary service* berpengaruh positif dan signifikan, karena pada penelitian ini hanya ingin menguji pengaruh *ancillary service* terhadap kepuasan wisatawan yang terjadi pada objek wisata kawasan kemuning karanganyar.

5) Hipotesis 5

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa hubungan faktor Kelembagaan(X5) dengan Kepuasan Wisatawan(Y) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,126 yang berarti positif dan $p\text{-value} > \text{taraf signifikansi}$ sebesar $0,087 > 0,05$ yang artinya tidak signifikan. Hal ini membuktikan bahwa faktor Kelembagaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis kelima, maka hipotesis 5 ditolak. Jadi, semakin baik *ancillary service* pada objek wisata, maka kepuasan konsumen akan meningkat tetapi tidak signifikan. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu Febrianingrum (2019) dimana kelembagaan merupakan penghambat pengembangan objek wisata. Alasan tetap memakai kelembagaan karena pada penelitian ini hanya ingin menguji pengaruh kelembagaan terhadap kepuasan wisatawan yang terjadi pada objek wisata kawasan kemuning karanganyar.

6) Hipotesis 6

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa hubungan faktor Partisipasi Masyarakat(X6) dengan Kepuasan Wisatawan(Y) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,432 yang berarti positif dan $p\text{-value} < \text{taraf signifikansi}$ sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya signifikan. Hal ini membuktikan bahwa faktor Partisipasi Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan yang berarti sesuai dengan hipotesis keenam, maka hipotesis 6 diterima. Jadi, semakin baik partisipasi masyarakat pada objek wisata, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anissa Siti Nurhayati (2019) dimana partisipasi masyarakat merupakan mendorong pengembangan desa wisata.

7) Hipotesis 7

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa hubungan faktor Kepuasan Wisatawan(Y) dengan Minat Kunjung Ulang(Z) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,598 yang berarti positif dan $p\text{-value} < \text{taraf signifikansi}$ sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya signifikan. Hal ini membuktikan bahwa faktor Kepuasan Wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang yang berarti sesuai dengan hipotesis ketujuh, maka hipotesis 7 diterima. Jadi, semakin baik kepuasan wisatawan pada objek wisata, maka minat kunjung ulang akan meningkat. Hasil penelitian

ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sopyan (2015) dimana kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang.

3.3 Usulan Rancangan Peningkatan Kepuasan Wisatawan

Penerapan peningkatan strategi guna untuk meningkatkan kepuasan wisatawan diprioritaskan pada faktor-faktor yang mempunyai signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Berdasarkan pengolahan data dan analisis didapatkan bahwa faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yaitu faktor *Attraction*, *Aminities*(Fasilitas), dan Partisipasi Masyarakat. Maka ketiga faktor tersebut diprioritaskan karena untuk strategi peningkatan kepuasan wisatawan. Ketiga faktor tersebut antara lain:

a. Attraction

- 1) Mempertahankan kelestarian tanaman, kebersihan lingkungan, dan kelestarian seni budaya pada objek wisata
- 2) Menambah pilihan objek wisata wahana permainan baru dikawasan objek wisata
- 3) Menambah varian spot foto baru disetiap pilihan objek wisata

b. Aminities(Fasilitas)

- 1) Menambah sarana dan prasarana seperti tempat ibadah guna mempermudah wisatawan dalam melaksanakan kewajiban.
- 2) Menambah SPBU disekitar lokasi kawasan objek wisata guna mempermudah wisatawan untuk mengisi bahan bakar.
- 3) Menambah toilet umum pada setiap pilihan objek wisata.

c. Partisipasi Masyarakat

- a. Meningkatkan peran masyarakat dalam menjaga keamanan, kenyamanan, ketertiban dan kebersihan objek wisata.
- b. Mempertahankan keramahannya terhadap wisatawan yang sedang berkunjung kelokasi objek wisata.
- c. Menambah organisasi untuk berperan aktif dalam pengelolaan objek wisata

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Pengaruh *Attraction*, *Amenities*(Fasilitas) dan Partisipasi Masyarakat terhadap Kepuasan Wisatawan positif dan signifikan. Kelembagaan berpengaruh positif namun tidak signifikan

terhadap Kepuasan Wisatawan. *Accesbility* dan *Ancillary Service*(Pendukung Pariwisata) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan.

- b. Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Kunjung Ulang positif dan signifikan.
- c. Berdasarkan pengolahan data yang sudah dilakukan, saran penerapan peningkatan strategi guna untuk meningkatkan kepuasan wisatawan diprioritaskan pada faktor-faktor yang mempunyai signifikan terhadap kepuasan wisatawan antara lain: *Attraction*, *Aminities*, dan Partisipasi Masyarakat.

4.2 Saran

Adapun saran yang dapat diajukan sebagai bahan pertimbangan antara lain:

- a. Saran bagi Dinas Pariwisata dan Olahraga Kabupaten Karanganyar selaku pihak pengelola resmi Objek Wisata Kawasan Kemuning Karanganyar untuk memperbaiki, mempertahankan serta meningkatkan faktor *Attraction*, *Aminities*(Fasilitas) dan Partisipasi Masyarakat karena faktor tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan. Karena dari keenam faktor, 3 faktor tersebutlah yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Maka ketiga faktor tersebutlah yang harus diprioritaskan agar semakin terciptanya kepuasan wisatawan.
- b. Disarankan kepada para pegawai pada tiap pilihan objek wisata agar lebih memperhatikan dan berani bertindak tegas terhadap wisatawan yang kurang memperhatikan kelestarian dan kebersihan lingkungan diobjek wisata karena faktor ini lah yang menjadi daya tarik khas objek wisata kawasan kemuning karanganyar.
- c. Disarankan kepada masyarakat diobjek wisata agar mempertahankan kesinergian dan keramahan kepada para wisatawan. Agar dapat meningkatkan kepuasan wisatawan ketika sedang berkunjung ke objek wisata.
- d. Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel penelitian yang dapat memengaruhi kepuasan wisatawan dan minat kunjung ulang, agar mampu menghasilkan penelitian yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, S., R. G. Patalo, S. Hidayatullah, dan I. K. Rachmawati. 2020. Pengaruh *Attraction*, *Accessibillity*, *Amenity*, *Ancillary* Terhadap Kepuasan Generasi Millenial Berkunjung keTempat Wisata. *Jurnal Kepariwisataaan* 4(1):53-59
- Aningsih, F. 2015. Pengujian Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) terhadap Perilaku Menggunakan E-Banking Mandiri. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung, Lampung.

- Ariya, G., B. Whisitemi, dan N. Sitati. 2017. Tourism Destination Attractiveness as Perceived by Tourists Visiting Lake Nakuru National Park, Kenya. *International Journal of Research in Tourism and Hospitality* 3(4): 1-13
- Damayanti, M. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Pada Obyek Wisata Pemandian Air Panas Guci Di Kabupaten Tegal. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fadil, F. 2013. Partisipasi Masyarakat Dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan Di Kelurahan Kotabaru Tengah. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan Lokal* 2(2): 251-262
- Febrianingrum, S. R., N. Miladan, dan H. Mukaromah. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Pariwisata Pantai Di Kabupaten Purworejo. *Jurnal Perencanaan Kota, Wilayah dan Permukiman* 1(2): 130-142
- Kristianty, M. D. 2019. Peran Mediasi Kepuasan Wisatawan Pada Pengaruh Elemen Destinasi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Skripsi*. Program Studi Manajemen. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Maharani, F. 2019. Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung.
- Meuthia. 2019. Penentu Perilaku Berbagi Pengetahuan Melalui Media Sosial Persepsi Wisatawan Pada Wisata Halal Di Sumatera Barat. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 7(4): 364-378
- Muhammad, A. A. 2013. Kesadaran Hukum Masyarakat Kampung Mahmud Untuk Memiliki Sertifikat Atas Hak Ulayat. *Skripsi*. Jurusan Pendidikan Kewarganegaraan. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Mulyana, A. dan D. Ayuni. 2016. Hubungan Antara Kualitas Jasa, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung Dan Niat Mengunjungi Kembali Taman Wisata Air Terjun Di Bogor. *Jurnal Manajemen Indonesia* 16(3): 163-178
- Nawangsari, A. Y. 2011. *Structural Equation Modeling* Pada Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Software Amos. *Skripsi*. Jurusan Pendidikan Matematika. Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Nurhayati, A. 2019. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Desa Wisata Nganggring Sleman. *Jurnal Ilmial UNY* 1(1): 1-18
- Priyanto, R., H. Hermawan, Nurhalimah, dan Suryana. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan serta Dampaknya terhadap Loyalitas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen* 2(2): 99-111
- Setiawan, D. 2015. Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4a (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary) Di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali. *Skripsi*. Fakultas Pariwisata. Universitas Udayana, Denpasar.
- Sopyan. 2015. Analisa Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Suranto, 2004. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Kuliah Di Jurusan Teknik Industri UMS. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* 2(3): 99-105
- Wanda, I. B. K. dan E. Pangestuti. 2018. Pengaruh Pengembangan Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis* 55(3): 83-91
- Yani, F. 2017. Analisis Pengelolaan Potensi Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. Jurusan Ekonomi. Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Negeri Raden Intan, Lampung.

Yunantias, W 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Kunjung Pada Obyek Wisata Pantai Widuri Di Pemalang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.