

Pengaruh Faktor Aksesibilitas, Amenitas, Atraksi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus pada Agrowisata Tanjungsari Kabupaten Wonosobo)

Ratna Wijayanti¹, Khofifah Indah Pratiwi², Eko Prawoto³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sains Al-Qur'an
wijayantiratna34@yahoo.co.id, khofifah191100@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh faktor aksesibilitas, amenitas, atraksi, dan promosi terhadap kepuasan wisatawan studi kasus pada wisatawan Agrowisata Tanjungsari Wonosobo. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Agrowisata Tanjungsari Wonosobo. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 23. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel aksesibilitas, amenitas, atraksi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada Agrowisata Tanjungsari Wonosobo. Hasil uji *adjusted R square* pada penelitian ini adalah sebesar 81,6%, sedangkan sisanya yaitu 18,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan didalam penelitian ini.

Kata kunci: Aksesibilitas, amenitas, atraksi, promosi, kepuasan wisatawan.

Pendahuluan

Indonesia menjadi salah satu negara dengan sector pariwisata unggulan yang terkenal di dunia karena Indonesia merupakan negara kepulauan dengan potensi daya tarik wisata alam yang beragam yang dapat menarik wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Salah satu tujuan dari kegiatan perjalanan wisata adalah untuk memperoleh perasaan puas (Spillane, 1987). Sektor pariwisata merupakan salah satu mesin penggerak perekonomian di Indonesia yang dapat memberikan kontribusi yang besar untuk kemakmuran rakyatnya.

Kepuasan pelanggan (wisatawan) merupakan perasaan senang maupun kecewa dari seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap harapan mereka (Kotler dan Keller, 2011). Wisatawan tidak puas apabila hasil yang dibandingkan dibawah harapan. Jika hasilnya memenuhi harapan wisatawan akan puas. Dan jika hasil yang dibandingkan melebihi harapan, maka wisatawan akan sangat puas. Kepuasan wisatawan yang berkunjung pada suatu objek wisata bisa menjadi media promosi bagi objek wisata tersebut dimana kepuasan yang didapatkan setelah berwisata ke suatu objek wisata akan menciptakan keingintahuan dan ingin mencoba untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Namun, untuk mendapatkan rasa puas tentunya hasil yang didapatkan harus sesuai dengan apa yang diharapkan dan hal itu tentunya memiliki faktor-faktor pendukung terciptanya kepuasan bagi wisatawan.

Menurut Cakici dan Harman (2007), aksesibilitas merupakan sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan moda transportasi dan atribut penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi suatu tujuan wisata. Aksesibilitas merupakan akses jalan yang mudah, mutu jalan yang baik, tersedianya

fasilitas, serta lama waktu mengemudi. karena kondisi-kondisi seperti ini yang dapat memudahkan wisatawan ingin dan mau berkunjung ke suatu destinasi. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011, aksesibilitas pariwisata merupakan semua jenis alat transportasi yang dapat digunakan sebagai pendukung pergerakan wisatawan dari satu tempat wisatawan ke destinasi pariwisata maupun pergerakan di dalam area destinasi pariwisata dalam kaitannya dengan keinginan untuk mengunjungi wisata. Agrowisata Tanjungsari memiliki akses jalan yang mudah untuk dilalui karena letaknya yang strategis yaitu berada tepat disebelah jalan raya. Transportasi yang digunakan untuk ke lokasi juga mudah yaitu dengan mengendarai angkutan umum berupa mikro. Apabila wisatawan menggunakan kendaraan pribadi sudah disediakan tempat parkir yang luas. Tetapi karena lokasinya yang cukup jauh dari pusat kota Wonosobo yaitu berjarak sekitar 14 km, dan juga tidak terdapatnya rambu-rambu maupun tanda menuju wisata ini, jadi banyak yang belum mengetahui Agrowisata Tanjungsari.

Amenitas adalah semua jenis fasilitas penunjang yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung selama berada di area wisata. Amenitas berhubungan dengan ketersediaan penginapan untuk bermalam serta rumah makan atau kedai untuk makan dan minum. Keperluan lain yang mungkin juga diperlukan oleh wisatawan, seperti kamar mandi, tempat beristirahat sementara, area parkir, klinik kesehatan, maupun tempat ibadah sebaiknya disediakan di sebuah destinasi. Menurut Juliano dkk (2022), tidak adanya atau kurang baiknya kondisi amenitas pada area wisata akan mengurangi minat pengunjung yang datang, artinya penyediaan amenitas pada area wisata sangat penting untuk diperhatikan keberadaannya. Agrowisata Tanjungsari juga menyediakan amenitas, seperti area parkir yang memadai untuk motor maupun mobil, tempat kolam renang yang aman dan nyaman karena disediakan pula ban pelampung, memiliki warung makan baik didalam area wisata maupun diluar tempat wisata, warung yang menjual berbagai makanan, cemilan dan perlengkapan mandi, menyediakan toilet maupun tempat ibadah berupa mushola. Tetapi karena ketiadaan tempat untuk menginap seperti hotel maupun homestay jadi menyulitkan wisatawan yang datang dari luar kota dan hendak menginap, dan apabila ingin menginap letak antara Agrowisata dengan hotel terbilang jauh.

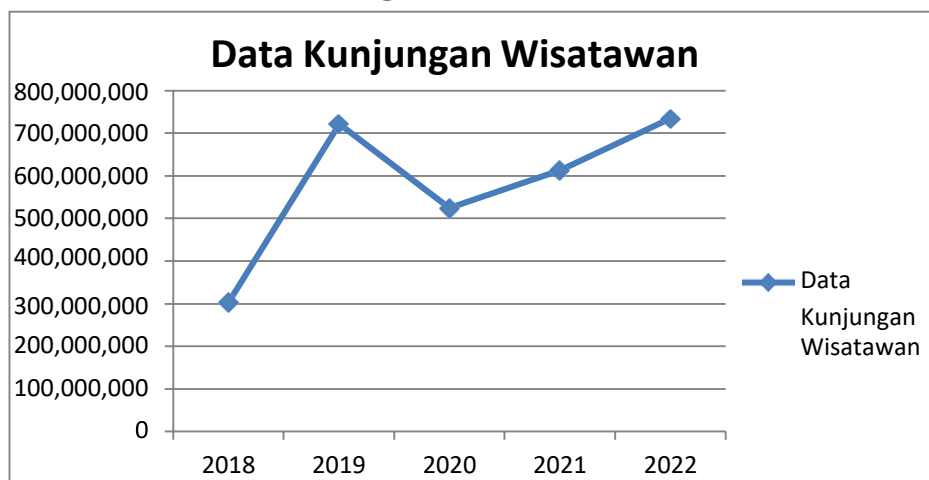
Atraksi merupakan salah satu komponen yang signifikan dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Terdapat tiga (3) modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan, diantaranya yaitu 1) *Natural Resources* (alami), 2) Atraksi wisata budaya, dan (3) Atraksi buatan manusia itu sendiri. Daya tarik wisata merupakan sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (UU No, 10 Tahun 2009). Kolam renang di Agrowisata Tanjungsari yang sudah mengalami pembaharuan sudah mampu menarik wisatawan. Tetapi daya tarik yang lainnya juga perlu diperhatikan, seperti pada spot foto yang kurang menarik dan kurang instagramable, karena saat ini yang dicari oleh kebanyakan orang-orang yaitu spot foto. Dan juga spot foto yang ada di area perkebunan teh.

Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang berfungsi untuk memberitahukan kepada konsumen akan tersedianya barang serta meyakinkan konsumen agar membeli barang dan jasa yang ditawarkan. adanya promosi yang dilakukan tersebut diharapkan akan menimbulkan suatu keyakinan terhadap adanya pergantian di dalam pemasaran.

Pergantian inilah yang diharapkan para penjual, sehingga perlu adanya promosi terhadap barang-barang yang dipasarkan. Menurut Winardi (2014:426), promosi merupakan kegiatan komunikasi, yang bertujuan untuk mengefektifkan perputaran produk, jasa maupun ide tertentu pada suatu saluran distribusi. Agrowisata Tanjungsari sendiri masih kurang dari segi promosi di media social. Bisnis pariwisata saat ini sangat tergantung dengan promosi, seperti contoh menggunakan media sosial berupa instagram, facebook, maupun aplikasi yang terbaru yaitu tiktok, dan aplikasi lainnya yang serupa. Tetapi di Agrowisata Tanjungsari sendiri belum memiliki akun-akun media social, sehingga sebagian orang tidak dapat mencari informasi melalui gadget dan hanya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut.

Gambar 1.1

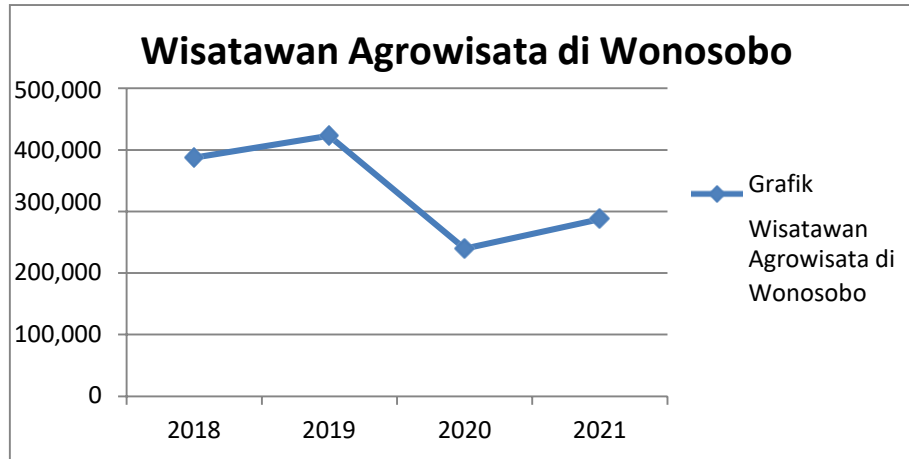
Grafik Perkembangan Wisatawan di Indonesia



Sumber : kemenparekraf. 2022. *Kunjungan Wisatawan Nusantara*. Diakses Rabu, 24 Mei 2023 jam 10.40 dari <https://satudata.kemenparekraf.go.id/>

Berdasarkan gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa perkembangan wisata di Indonesia kurang stabil, ini dibuktikan dengan data yang telah tercantum. Dikarenakan faktor daya tarik wisata yang mempengaruhi kurangnya minat berkunjung dan juga karena pandemi covid-19 yang tidak memperbolehkan warganya untuk pergi berwisata. Namun, di 3 tahun terakhir yaitu tahun 2020-2022 terdapat kenaikan jumlah wisatawan karena pasca pandemic wisata di Indonesia berangsur-angsur pulih.

Gambar 1.2
Grafik Wisatawan Agrowisata di Wonosobo



Sumber : BPS Kabupaten Wonosobo.2022. *Jumlah Wisatawan yang berkunjung ke Objek wisata di Kabupaten Wonosobo*. Diakses Jumat, 26 Mei 2023 jam 11.00 dari <https://wonosobokab.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTabs3>

Dapat dilihat pada gambar 1.2 bahwa wisatawan yang datang berkunjung di Agrowisata Tanjungsari selama 5 tahun mengalami kenaikan dan penurunan berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Wonosobo. Jumlah kunjungan wisatawan telah menunjukkan bahwa sektor agrowisata akan terus mengalami peningkatan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan.

Tabel 1.1
Survey Awal

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Kunjungan saya ke Agrowisata Tanjungsari memberikan kepuasan sesuai dengan harapan saya		28,6%		71,4%	
2	Saya mendapatkan pengalaman baru yaitu dapat menikmati keindahan yang belum pernah saya rasakan		28,6%	9,5%	61,9%	
3	Dengan menikmati objek dan daya tarik serta pelayanan yang diberikan saya mendapat kepuasan tersendiri		42,9%	9,5%	47,6%	
4	Pelayanan yang diberikan kepada wisatawan menimbulkan kepuasan dan kepercayaan terhadap layanan jasa kepariwisataan di Agrowisata Tanjungsari	4,8%	19%	14,3%	61,9%	
5	Tempat objek wisata yang saya kunjungi sangat menarik	4,8%	9,5%	19%	66,7%	
6	Secara keseluruhan, saya puas dengan keputusan untuk berwisata ke Agrowisata Tanjungsari	4,8%	19%	4,8%	71,4%	

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa faktor-faktor tersebut masih kurang berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata jawaban responden yang sebagian besar memilih tidak setuju. Untuk pernyataan pertama yang memilih tidak setuju sebanyak 71,4%, untuk pernyataan kedua yang tidak setuju sebanyak 61,9%, pernyataan ketiga yang tidak setuju sebanyak 47,6%, untuk pernyataan keempat yang memilih tidak setuju sebanyak 61,9%, pernyataan kelima yang memilih tidak setuju sebanyak 66,7%, dan untuk pernyataan terakhir yang memilih opsi tidak setuju sebanyak 71,4%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor diatas kurang berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berwisata di Agrowisata Tanjungsari. Alasan peneliti mengambil objek Agrowisata Tanjungsari karena minat pengunjung yang kurang sehingga menyebabkan objek Agrowisata Tanjungsari menjadi sepi. dan perlu adanya pengembangan yang dilakukan oleh pengelola untuk lebih meningkatkan jumlah pengunjung,

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah menurunnya kepuasan wisatawan terhadap Agrowisata Tanjungsari. Faktor-faktor yang mempengaruhi antara lain aksesibilitas, amenities, atraksi, dan promosi.

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk menganalisis pengaruh Aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan pada Agrowisata Tanjungsari, menganalisis pengaruh Amenitas terhadap kepuasan wisatawan pada Agrowisata Tanjungsari, menganalisis pengaruh Atraksi terhadap kepuasan wisatawan pada Agrowisata Tanjungsari, menganalisis pengaruh Promosi terhadap kepuasan wisatawan pada Agrowisata Tanjungsari.

Manfaat dari penelitian ini adalah dapat digunakan sebagai bahan untuk evaluasi pihak Agrowisata Tanjungsari untuk mengetahui tentang aksesibilitas, amenities, atraksi, dan promosi yang terjadi sebenarnya. dan dapat membuat wisatawan semakin mengenal Agrowisata Tanjungsari dan menambah pengetahuan wisatawan dalam memilih wisata yang baik.

Kajian Pustaka

1. Kepuasan Wisatawan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2011). Menurut Tse dan Wilton (2001), kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap penilaian ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan awal penggunaan dan kinerja dari produk yang dirasakan setelah penggunaan. Sedangkan Kotler (2011) mengemukakan bahwa wisatawan yang konsisten tidak dihitung dari berapa banyak mereka membeli, tetapi dari berapa sering mereka melakukan pembelian secara terus menerus termasuk didalamnya yaitu menyarankan kepada orang lain agar membeli. Pendapat lainnya yaitu menurut Tjiptono (2012), bahwa kepuasan konsumen (wisatawan) yaitu keadaan yang ditunjukkan oleh konsumen ketika ia menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sebanding dengan apa yang diinginkan serta dapat tercukupi dengan baik.

2. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan kemudahan bagi wisatawan untuk mencapai tujuan wisata, dengan mempertimbangkan jarak dari lokasi seseorang dan kecepatan teknologi modern, serta aksesibilitas sarana transportasi ke lokasi tersebut (Ahmad, 2014). Pendapat tersebut sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Prasiasa (2013:24) yang menyatakan bahwa Aksesibilitas adalah satu komponen penting untuk mempermudah perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lainnya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ratna Sari (2022) menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Mahda Fikiya, dkk (2021) melakukan penelitian mengenai aksesibilitas yang mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta.

Hasil ini menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, dapat diartikan bahwa akses jalan yang mudah dijangkau, jarak dari lokasi wisatawan menuju tempat wisata, serta moda transportasi yang disediakan oleh pihak penyedia baik masyarakat sekitar maupun pemerintah sehingga menimbulkan rasa minat berkunjung wisatawan. Mengacu pada teori dan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

3. Amenitas

Amenitas merupakan seluruh hal yang mempunyai fungsi untuk memenuhi keperluan pengunjung yang berada untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang didatangi, dimana mereka dapat dengan santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut (Yoeti, 2002).

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Yana & Putu Siti Firmani (2019) menunjukkan bahwa amenitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan pada Twin Hill Stone Garden Kabupaten Bali. Bothy Dewandaru, dkk (2021) melakukan penelitian Amenitas yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada Kawasan Wisata Besuki Kediri.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkap amenitas yang tersedia di objek wisata maka akan menarik rasa berkunjung wisatawan untuk datang, dan wisatawan akan merasa puas. Mengacu pada teori dan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H2 : Amenitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

4. Atraksi

Suwena (2010) berpendapat bahwa atraksi wisata merupakan salah satu alasan wisatawan mengunjungi sebuah destinasi wisata yang menurutnya itu unik dan menarik dan merupakan salah satu faktor kepuasan bagi wisatawan. Sejalan dengan pendapat Suwena, dalam UU. No. 10 Tahun 2009 disebutkan bahwa atraksi wisata merupakan sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi salah sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Juliano, dkk. (2022) menunjukkan bahwa atraksi

wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adif, dkk. (2023) bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara atraksi wisata terhadap kepuasan wisatawan.

Hal ini menunjukkan bahwa atraksi wisata yang unik, indah dan memberikan kenyamanan bagi wisatawan dibuktikan dengan banyaknya wisatawan yang datang untuk menikmati keindahan objek wisata sehingga menimbulkan rasa kepuasan bagi wisatawan. Mengacu pada teori dan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H3 : Atraksi wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

5. Promosi

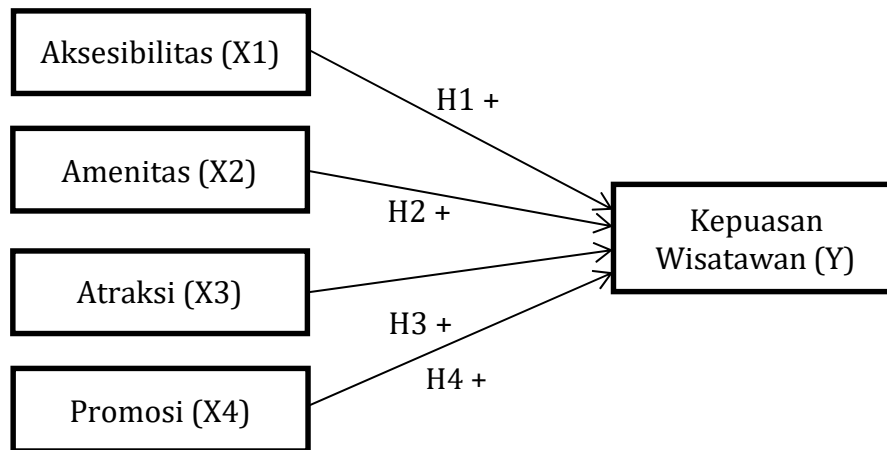
Promosi merupakan kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling dan alat promosi lainnya yang semuanya direncanakan untuk mencapai program penjualan (Swastha, 2005). Tujuan dari promosi itu sendiri yaitu untuk menarik wisatawan baru maupun wisatawan lama agar mereka mau mengunjungi objek wisata yang dipromosikan. Sedangkan pendapat lain menurut Lamb et. al., (2001:6), promosi merupakan pertukaran informasi atau ajakan searah yang digunakan untuk mengimbau seseorang maupun organisasi kepada aktivitas yang menghasilkan pergantian dalam pemasaran.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muntita Elia Putri, dkk (2020) menunjukkan bahwa faktor promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Teuku Azliansyah, dkk (2020) melakukan penelitian mengenai promosi yang mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istana Mauimun Medan.

Hasil ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Semakin baik promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata, maka akan semakin banyak pengunjung yang akan datang untuk berwisata. Mengacu pada teori dan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H4 : Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

Gambar 2.1
Kerangka Teoristik



Sumber : Data Primer diolah, 2023

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini akan memaparkan kaitan antara mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2014), data kuantitatif yaitu data yang berupa angka atau data kuantitatif yang diangkakan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua (2) jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data yang diambil berasal dari jawaban responden menggunakan kuesioner.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dan teknik pengolahan data menggunakan SPSS versi 23.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan adalah wisatawan yang sudah pernah mengunjungi Agrowisata Tanjungsari. Pengumpulan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *non-probability sampling*. Teknik pengambilan sampel merupakan teknik dimana tidak semua individu dalam populasi diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi bagian dari sampel. Jenis teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dimana teknik pengambilan sampel yang berasal dari sumber data dengan suatu pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Kriteria yang dimaksud untuk pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu wisatawan Agrowisata Tanjungsari yang sudah pernah mengunjungi Agrowisata Tanjungsari.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Tabel 4.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized	Standardized	t	Sig.
		Coefficient	Coefficient		
1	(Constant)	2.583		2.334	.022
	Aksesibilitas	.225	.173	2.462	.016
	Amenitas	.414	.246	3.241	.002
	Atraksi	.577	.310	4.090	.000
	Promosi	.424	.286	4.063	.000

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,583 + 0,225 X_1 + 0,414 X_2 + 0,577 X_3 + 0,424 X_4 + e$$

Dari hasil analisis diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) = 2,583

Artinya menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas (X1), amenitas (X2), atraksi (X3), dan promosi (X4) sama dengan nol, maka kepuasan wisatawan (Y) akan naik sebesar 2,583.

2. $b_1 = 0,225$

Nilai koefisien regresi variabel aksesibilitas (X1) terhadap variabel kepuasan wisatawan sebesar 0,225 artinya jika variabel aksesibilitas (X1) mengalami kenaikan satu-satuan, maka variabel kepuasan wisatawan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,225.

3. $b_2 = 0,414$

Nilai koefisien regresi variabel amenitas (X2) terhadap variabel kepuasan wisatawan sebesar 0,414 artinya jika variabel amenitas (X2) mengalami kenaikan satu-satuan, maka variabel kepuasan wisatawan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,414.

4. $b_3 = 0,577$

Nilai koefisien regresi variabel atraksi (X3) terhadap variabel kepuasan wisatawan sebesar 0,577 artinya jika variabel atraksi (X3) mengalami kenaikan satu-satuan, maka variabel kepuasan wisatawan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,577.

5. $b_4 = 0,424$

Nilai koefisien regresi variabel promosi (X4) terhadap variabel kepuasan wisatawan sebesar 0,424 artinya jika variabel promosi (X4) mengalami kenaikan satu-satuan, maka variabel kepuasan wisatawan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,424.

Pembahasan

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki nilai signifikan $0,016 < 0,05$ dan memiliki nilai $t_{hitung} 2,462 > t_{tabel} 1,984$, sehingga aksesibilitas berpengaruh positif terhadap wisatawan sehingga H1 diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa dengan akses jalan dan pendukungnya menuju Agrowisata Tanjungsari dianggap baik meskipun jaraknya cukup jauh dari pusat kota dan dengan medan berkelok maka akan menimbulkan kepuasan pada wisatawan. Hasil ini sesuai dan sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi Ratna Sari (2022) menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahda Fikiya, dkk (2021) bahwa aksesibilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta.

Penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini artinya dengan adanya aksesibilitas yang memadai maka akan membantu meningkatkan kepuasan wisatawan dalam berkunjung.

Pengaruh Amenitas terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa amenitas memiliki nilai signifikan $0,002 < 0,05$ dan memiliki nilai $t_{hitung} 3,241 > t_{tabel} 1,984$, sehingga amenitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan sehingga H2 diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa fasilitas yang disediakan sudah memadai sehingga wisatawan akan nyaman dan merasa puas apabila berwisata di Agrowisata Tanjungsari. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Yana & Putu Siti Firmani (2019) menunjukkan bahwa amenitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan pada Twin Hill Stone Garden Kabupaten Bali. Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Bothy Dewandaru, dkk (2021) yang menyatakan bahwa Amenitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada Kawasan Wisata Besuki Kediri.

Penelitian ini membuktikan bahwa amenitas yang ada di Agrowisata Tanjungsari Sudah memadai dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan, baik dari segi kebersihan, keamanan maupun kenyamanan wisatawan yang datang.

Pengaruh Atraksi terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi wisata memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai $t_{hitung} 4,090 > t_{tabel} 1,984$, sehingga atraksi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan sehingga H3 diterima. Maka dapat diartikan bahwa semakin banyak area-area wisata baru di dalam Agrowisata dan penataan yang menarik sehingga membuat keindahan alam maupun buaatannya dapat dinikmati membuat wisatawan lebih puas mengunjungi kawasan Agrowisata Tanjungsari. Hasil penelitian ini sesuai dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliano dkk, (2022) yang menunjukkan bahwa atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Camping Ground Gayatri Citeko. Diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Riandy Mardhika dkk, (2023) bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara atraksi wisata terhadap kepuasan

wisatawan di Kawasan Goa Batu Kapal.

Hal ini menunjukkan bahwa dengan inovasi dan kreativitas pengelola wisata agar tempat wisata mempunyai sesuatu yang berbeda dari wisata lainnya akan membuat wisatawan puas dan bersedia untuk kembali maupun merekomendasikan kepada orang lain untuk datang berwisata.

Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan memiliki t_{hitung} berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan sehingga H4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa peran dari promosi baik itu promosi secara online melalui media social maupun promosi offline melalui banner maupun baliho sangat mempengaruhi wisatawan untuk datang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muntita Elia Putri, dkk (2020) yang menunjukkan bahwa faktor promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Teuku Azliansyah, dkk (2020) mengenai promosi yang mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istana Mauimun Medan.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata, maka akan meningkatkan pengunjung yang datang dan pengunjung pun akan merasa puas dan ingin datang kembali.

Kesimpulan

Dari analisis yang telah dilakukan dan dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aksesibilitas Berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Wisatawan sehingga (H1) diterima. artinya bahwa dengan akses jalan dan pendukungnya menuju Agrowisata Tanjungsari dianggap baik meskipun jaraknya cukup jauh dari pusat kota dan dengan medan berkelok maka akan menimbulkan kepuasan pada wisatawan untuk mengunjungi Agrowisata Tanjungsari
2. Amenitas Berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wisatawan sehingga (H2) diterima. Ini dikarenakan amenitas yang tersedia sudah memadai dan mudah digunakan bagi wisatawan. Baik dari segi kuantitas dan kualitas, tidak hanya fasilitas saja yang memadai, tetapi juga dalam segi kebersihan dan kenyamanan wisatawan.
3. Atraksi Wisata Berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Wisatawan sehingga (H3) diterima. Artinya semakin indah suatu objek wisata yang terdiri dari keunikan alam dan kesejukan alamnya akan memberikan tingkat kepuasan terhadap wisatawan saat berkunjung.
4. Promosi Berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Wisatawan sehingga (H4) diterima. Artinya semakin baik promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata maka akan meningkatkan kepuasan pada wisatawan yang berkunjung.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dan bermanfaat untuk kedepannya. Beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kepuasan wisatawan di Agrowisata Tanjungsari, maka perlu dilakukan peningkatan pada faktor aksesibilitas, yang meliputi jarak, aksesibilitas ke lokasi, transportasi, dan arus lalu lintas.
2. Untuk meningkatkan kepuasan wisatawan di Agrowisata Tanjungsari, maka perlu dilakukan peningkatan pada faktor amenitas, yang meliputi kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas, kondisi dan fungsi fasilitas, dan kemudahan menggunakan fasilitas.
3. Untuk meningkatkan kepuasan wisatawan di Agrowisata Tanjungsari, maka perlu dilakukan peningkatan pada faktor atraksi wisata, yang meliputi tingkat keunikan, tingkat keindahan, dan ketersediaan lahan.
4. Untuk meningkatkan kepuasan wisatawan di Agrowisata Tanjungsari, maka perlu dilakukan peningkatan pada promosi, yang meliputi keberagaman media promosi yang digunakan, daya tarik promosi, kejelasan pesan dalam promosi, kelengkapan informasi dalam promosi.

Keterbatasan dalam Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini adalah:

1. Dalam pengambilan data, informasi yang diberikan responden terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sesungguhnya.
2. Penelitian mungkin memiliki jumlah responden yang terbatas atau mewakili segmen tertentu dari populasi. Hal ini dapat mengurangi generalisabilitas hasil penelitian dan membuat sulit untuk membuat kesimpulan yang berlaku.

Agenda Penelitian Mendatang

1. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya dengan mengembangkan dan memperlihatkan variabel-variabel lain diluar penelitian ini.
2. Untuk memperkuat hasil penelitian yang serupa, sebaiknya menambah jumlah sampel penelitian.

Daftar Pustaka

Adif dkk. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas, dan Aksebilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawasan Goa Batu Kapal. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1-5.

Ahmad. (2014). Pengaruh Daya Tarik Masjid dan Daya Tarik Bedug Terhadap Minat Berkunjung di Obyek Wisata Religi Masjid Agung Purworejo. STIE Pariwisata API Yogyakarta.

Azliansyah, T., Margaretha, R., Sinaga, D. (2020). Pengaruh Promosi Wisata dan Kualitas Pengaruh Faktor Aksesibilitas, Amenitas, Atraksi, DanPromosi Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus pada Agrowisata Tanjungsari Kabupaten Wonosobo) 115

Ratna Wijayanti

Email: wijayantiratna34@yahoo.co.id

- Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Istana Maimun Medan. *Jurnal Prointegrita*, 4(1), 185-200.
- Cakici, A Celil., Harman, Serhat., (2007). *Im-portance Of Destination Attributes Affecting Destination Choice Of Turkish Bird-watchers*, Journal of Commerce & Tour-ism Education Faculty, Year: 2007 No: 1, Ticaret ve Turizm Egitim Fakültesi Dergisi Yıl: 2007 Sayı: 1, page 131-145.
- Dewandaru, B., Rahmadi, A. N., Susilaningsih, N. (2021). Pengaruh Attraction, Accesibility, Amenity Dan Ancillary Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Kawasan Wisata Besuki Kediri. In *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)*. (pp. 498-508).
- Fikiya, M., Fathoni, M. A., Yetty, F. (2021). Pengaruh 4A Pariwisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke DKI Jakarta. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*. (Vol. 2, pp. 348-364).
- Juliano dkk. (2022). Pengaruh Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Kepuasan Pengunjung di Camping Ground Gayatri Citeko. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(3), 273-277.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia (edisi 1)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. (2011). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb W, Charles.et.al. (2001). *Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prasiasa, D. P. (2013). *Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Putri dkk. (2020). Pengaruh Promosi Dan Komponen Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 3(1), 67-73.
- Sari, D. R. (2022). Pengaruh Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Margasatwa Semarang. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(2), 80-90.
- Spillane, J.J. (1987). *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwena, I Ketut. (2010). *Format Pariwisata Masa Depan dalam Pariwisata Berkelanjutan dalam Pusaran Krisis Global*. Denpasar: Udayana University Press.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran, ed. 3*. Yogyakarta: Andi.
- Winardi. (2014). *Aspek-aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*. Bandung: Mandar Maju.
- Yoeti, O. A. (2002). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 (2011). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5183/pp-no-50-tahun-2011>
- Kepariwisata, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 (2009). <https://www.dpr.go.id/jdih/index/id/527#:~:text=Undang%2DUndang%20No mor%2010%20Tahun,bagian%20dari%20hak%20asasi%20manusia>.