

Foreign Tourist Preferences for Sanur Bali Tourism Destination Components

Rizky Efrido Aryada^{1*}, Anom Hery Suasapha², Dewa Made Ayu Lily Dianasari³
Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali
Corresponding Author: Rizky Efrido Aryada rizkyaryada@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords : Preferences, Tourism Components, Sanur Tourist Destination

Received : 01 December 2024

Revised : 20 December 2024

Accepted: 25 January 2025

©2025 Aryada, Suasapha, Dianasari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Preference is a process carried out by consumers when they are going to buy goods and services. The purpose of this study was to determine the preferences of foreign tourists towards tourism components in the Sanur Tourist Destination. The sample used in this study was 200 foreign tourists. The attributes of tourism components used in this study were avilliable packages, attractions, activities, prices, ancillary, amenities and accibilities. The results of this study are that foreign tourists' preferences for tourism components in the Sanur Tourist Destination prefer tourism components in the Sanur tourist destination that have components of artificial tourism types compared to other types of tourist attractions. However, when talking about accessibility, foreign tourists tend to choose components of easy-to-reach access, but when it comes to amenity factors, foreign tourists' preferences will choose tourist destinations that have complete amenities with various tourist activities. Foreign tourists' preferences tend to choose components of tourist destinations that have prices that tend to be cheap and there is management of tourists visiting Sanur.

Preferensi Wisatawan Mancanegara Terhadap Komponen Destinasi Wisata Sanur Bali

Rizky Efrido Aryada^{1*}, Anom Hery Suasapha², Dewa Made Ayu Lily Dianasari³
Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: Rizky Efrido Aryada rizkyaryada@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Preferensi,
Komponen Pariwisata,
Destinasi Wisata Sanur

Received : 01 Desember 2024

Revised : 20 Desember 2024

Accepted: 25 Januari 2025

©2025 Aryada, Suasapha, Dianasari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Preferensi merupakan sebuah proses yang dilakukan konsumen ketika akan membeli suatu barang dan jasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di Destinasi Wisata Sanur. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 200 orang wisatawan mancanegara. Atribut komponen pariwisata yang digunakan dalam penelitian ini adalah *avilliable package, attraction, activity, price, ancillary, aminnities* dan *accibilities*. Hasil dari penelitian ini adalah preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di Destinasi Wisata Sanur lebih memilih komponen pariwisata di destinasi wisata sanur yang memiliki komponen jenis wisata buatan dibandingkan dengan jenis atraksi wisata lainnya. Namun ketika berbica mengenai aksesibilitas wisatawan mancanegara cenderung memilih komponen akses yang mudah dijangkau, namun ketika mengenai faktor amenities preferensi wisatawan mancanegara akan memilih destinasi wisata yang memiliki amenities yang lengkap dengan aktivitas wisata yang beragam. Preferensi wisatawan mancanegara lebih cenderung memilih komponen denstinasi wisata yang memiliki harga yang cenderung murah dan terdapat pengelolaan wisatawan yang berkunjung ke Sanur.

PENDAHULUAN

Destinasi wisata Sanur merupakan salah satu destinasi favorit yang berada di kota Denpasar. Bergam atraksi wisata yang berada di Destinasi wisata Sanur seperti bersepeda, museum dan keindahan alamnya menjadikan Destinasi wisata Sanur menjadi salah satu destinasi wisata favorit yang berada di kota Denpasar. Namun, dengan berkembangnya destinasi wisata yang serupa menjadikan destinasi wisata Sanur makin memiliki banyak competitor. Hal tersebut juga berpengaruh kepada kunjungan wisatawan mancanegara ke Destinasi wisata Sanur yang jumlahnya masih jauh jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Destinasi wisata Sanur.

Dalam melakukan perjalanan, umumnya seseorang membutuhkan pertimbangan yang cermat, termasuk dalam pemilihan suatu destinasi wisata (Yusrizal, 2007: 3). Tersedianya beragamnya destinasi wisata yang sejenis menyebabkan wisatawan dihadapkan dengan berbagai macam pilihan mulai dari lokasi destinasi wisata, kelengkapan amenities yang disediakan, serta reputasi yang dimiliki oleh destinasi wisata dan lain-lain. Hal tersebut tentunya akan menimbulkan preferensi wisatawan dalam pemilihan suatu destinasi wisata. Preferensi dapat berarti kesukaan terhadap suatu pilihan tertentu. Preferensi konsumen terhadap suatu produk dapat menjadi penuntun konsumen untuk memilih suatu produk. Sehingga jika sebuah pengelola suatu destinasi wisata tidak mengetahui preferensi dari wisatawan yang berkunjung akan mengakibatkan pengelola tidak mengetahui ekspektasi apa yang sudah diharapkan oleh wisatawan sebelum berkunjung dan akan menciptakan ketidakpuasan wisatawan nantinya.

Kepuasan wisatawan pada suatu destinasi dapat dirasakan wisatawan dari komponen pariwisata yang tersedia di destinasi wisata tersebut. Dengan adanya komponen pariwisata yang memadai tentunya akan menimbulkan kepuasan wisatawan Ketika berkunjung. Sehingga dengan mengetahui preferensi wisatawan dan komponen pariwisata yang disukai oleh wisatawan akan membuat pengelola mengetahui komponen pariwisata mana yang paling disukai oleh wisatawan sehingga dapat mengembangkan komponen pariwisata yang dianggap masih kurang dan dapat menciptakan kepuasan kepada wisatawan Ketika berkunjung ke destinasi wisata tersebut dan akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Sehingga perlu mengetahui preferensi dari wisatawan mancanegara yang berkunjung ke destinasi wisata Pantai Sanur untuk mengetahui komponen pariwisata mana yang menjadi alasan wisatawan untuk memilih destinasi wisata Pantai Sanur. Sehingga, nantinya pengelola dapat mengoptimalkan komponen pariwisata tersebut untuk menarik minat kunjungan wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke destinasi wisata Pantai Sanur sehingga akan berdampak baik untuk masyarakat sekitar. Oleh latar belakang tersebut, maka dilakukanlah penelitian dengan judul "Preferensi Wisatawan Mancanegara Terhadap Komponen Destinasi Sanur Bali".

TINJAUAN PUSTAKA

Preferensi

Kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain disebut dengan preferensi. Preferensi merupakan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk atau jasa (Kotler & Keller, 2009; Yusoff & Ismail, 2008; Adiguna et al., 2020). Penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap suatu produk telah dilakukan sebelumnya pada perusahaan yang berbeda. Hal ini mengindikasikan bahwa preferensi konsumen merupakan hal yang penting dalam pemasaran karena berhubungan erat dengan keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuannya, yaitu keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen atas dasar preferensi konsumen. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Derajat kesukaan konsumen diperoleh dari pengalaman terhadap produk tertentu dan dapat berpengaruh kuat terhadap preferensi.

Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata didefinisikan sebagai sejumlah kegiatan wisata yang dilengkapi dengan beragam fasilitas, infrastruktur, dan layanan yang disediakan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, pengusaha, dan masyarakat. Kawasan yang menjadi tujuan pariwisata sering disebut sebagai objek atau destinasi pariwisata. Menurut Suwanto (Sari, Rahayu, & Rini, 2021), pariwisata merupakan perpindahan sementara seseorang dari tempat tinggalnya karena berbagai alasan, tidak bertujuan untuk mencari penghasilan. Oleh karena itu, seseorang melakukan perjalanan wisata untuk mendapatkan kepuasan pribadi, baik dalam bentuk hiburan maupun kesenangan

Komponen Destinasi Pariwisata

Menurut UU No. 10 Tahun 2009, destinasi pariwisata merupakan kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Selain itu, destinasi wisata dapat diartikan sebagai suatu kawasan spesifik yang dipilih oleh seseorang pengunjung dimana mereka dapat tinggal dalam waktu tertentu. Komponen pendukung pariwisata merupakan elemen yang harus dipertimbangkan dalam suatu destinasi wisata (Sugiama, 2013 dalam Nugroho & Sugiarti, 2018). Menurut Cooper (Nugroho & Sugiarti, 2018), komponen pariwisata terdiri dari 4A, yaitu Atraksi, Aksesibilitas, Ancillary, dan Amenities.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini untuk mengetahui preferensi wisatawan terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur peneliti menggunakan teknik analisis conjoint dengan menggunakan 200 sampel wisatawan mancanegara. Penentuan 200 sampel ini didasarkan dari buku dari Hair (2010;317) yang berjudul *Multivariate Data Analysis*. Dalam buku tersebut diterangkan untuk metode analisis data menggunakan Konjoin sebaiknya menggunakan sampel

minimal 50 sampel untuk mengetahui preferensi yang berbeda dari masing-masing konsumen. Hair (2010;317) juga mengemukakan dalam buku tersebut untuk mendapatkan data dengan margin eror yang rendah maka disarankan menggunakan 200 orang sampel. Maka dari itu untuk mendapatkan hasil dengan margin eror yang tipis maka penelitian ini akan menggunakan 200 orang responden wisatawan mancanegara.

Dalam penggunaan metode analisis konjoin. Selain itu analisis Konjoin bertujuan untuk membentuk suatu model keputusan konsumen untuk memilih suatu barang atau jasa. Hasil dari analisis Konjoin dari penelitian ini adalah faktor yang menjadi prioritas wisatawan mancanegara dalam memilih daya tarik wisata. Berikut ini tahapan-tahapan dalam melakukan analisis Konjoin :

a. Menentukan atribut (faktor) dan taraf (bagian dari atribut)

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui preferensi wisatawan mancanegara dalam pemilihan komponen pariwisata di Destinasi wisata Sanur peneliti menetapkan 7 atribut yang akan digunakan dalam penelitian ini, dimana tujuh atribut ini diambil dari teori komponen pariwisata menurut Buhalis (2020) yaitu attraction, amenities, ancillary, accessibilities dan available package.

Tabel 1. Atribut dan Taraf dalam Analisis Konjoin

No	Atribut	Taraf / Level	Sumber
1	Attraction	a. Alam b. Buatan c. Minat Khusus	Buhalis, (2000), Suwarna dan Widyatmaja (2017)
2	Aviliable Package	a. Tersedia b. Tidak Tersedia	Buhalis, (2000), Octaviany, (2016)
3	Ancillary	a. Ada b. Tidak ada	Buhalis, (2000), Sugiama (2011)
4	Accessibilities	a. Mudah Dijangkau b. Sulit Dijangkau	Sugiama, (2011), Buhalis, (2000),
5	Amenities	a. Lengkap b. Tidak Lengkap	Buhalis, (2000), Inskeep
6	Activity	a. Lengkap b. Tidak Lengkap	Buhalis, (2000), Noor (2016)
7	Price	a. Murah b. Mahal	Buhalis, (2000), UNWTO

b. Mendesain Stimuli

Tahap kedua setelah menentukan atribut dan taraf adalah mendesain stimuli atau kombinasi antara atribut dan taraf. Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan untuk mendesain stimuli adalah pendekatan full profile approach. Pendekatan profil penuh (Full Profile Approach) merupakan evaluasi faktor majemuk dengan mengkontruksikan untuk seluruh atribut dan setiap profil dijelaskan pada sebuah kartu indeks yang terpisahkan. Dalam penelitian ini terdapat 16 stimuli yang digunakan yang sudah melalui

penyederhanaan stimuli dengan menggunakan orthogonal design pada Statistical Product and Services Solution (SPSS) versi 25.

Tabel 2. Stimuli yang Digunakan dalam Kuesioner

No.	<i>Aviliable Package</i>	<i>Attraction</i>	<i>Accessibilities</i>	<i>Amneities</i>	<i>Ancillary</i>	<i>Activity</i>	<i>Price</i>
1	Tidak Tersedia	Buatan	Mudah Dijangkau	Lengkap	Ada	Tidak Lengkap	Murah
2	Tidak Tersedia	Buatan	Mudah Dijangkau	Tidak Lengkap	Tidak Ada	Lengkap	Murah
3	Tidak Tersedia	Alam	Sulit Dijangkau	Lengkap	Ada	Lengkap	Murah
4	Tersedia	Alam	Mudah Dijangkau	Tidak Lengkap	Ada	Lengkap	Mahal
5	Tersedia	Alam	Mudah Dijangkau	Lengkap	Tidak Ada	Tidak Lengkap	Mahal
6	Tidak Tersedia	Minat Khusus	Mudah Dijangkau	Tidak Lengkap	Ada	Tidak Lengkap	Mahal
7	Tersedia	Minat Khusus	Sulit Dijangkau	Tidak Lengkap	Tidak Ada	Lengkap	Murah
8	Tidak Tersedia	Alam	Sulit Dijangkau	Tidak Lengkap	Ada	Lengkap	Mahal
9	Tidak Tersedia	Alam	Sulit Dijangkau	Tidak Lengkap	Tidak Ada	Tidak Lengkap	Murah
10	Tersedia	Alam	Mudah Dijangkau	Lengkap	Ada	Lengkap	Murah
11	Tersedia	Alam	Mudah Dijangkau	Tidak Lengkap	Tidak Ada	Tidak Lengkap	Murah
12	Tersedia	Buatan	Sulit Dijangkau	Lengkap	Tidak Ada	Lengkap	Mahal
13	Tersedia	Buatan	Sulit Dijangkau	Tidak Lengkap	Ada	Tidak Lengkap	Mahal
14	Tidak Tersedia	Minat Khusus	Mudah Dijangkau	Lengkap	Tidak Ada	Lengkap	Mahal
15	Tersedia	Minat Khusus	Sulit Dijangkau	Lengkap	Ada	Tidak Lengkap	Murah
16	Tidak Tersedia	Alam	Sulit Dijangkau	Lengkap	Tidak Ada	Tidak Lengkap	Mahal

c. Memutuskan Bentuk Data Masukan

Data masukan nomerik merupakan data masukan yang digunakan dalam analisis Konjoin dengan pendekatan full profile. Data masukan nomerik adalah data masukan yang berupa ranking atau data yang berupa skala ordinal. Sehingga dalam penelitian ini responden akan memberikan penilaian terhadap stimuli yang diberikan dengan cara ranking dimana nilai 1 adalah nilai untuk stimuli yang disukai hingga nilai 16 untuk stimuli yang paling tidak disukai.

d. Malakukan Proses Analisis Konjoin

Tahap berikutnya yang dilakukan setelah memutuskan bentuk data masukan adalah proses analisis Konjoin. Analisis Konjoin akan dilakukan setelah mendapatkan data dari pembagian kuesioner kepada responden. Data yang diperoleh nantinya akan diolah menggunakan program MS Excel dan Statistical Product and Services Solution (SPSS) versi 25.

e. Menafsirkan Hasil Analisis

Dalam analisis Konjoin hasil akhirnya berupa nilai utilitas setiap level atribut, importance value, dan ketepatan prediksi. Nilai utilitas setiap level akan menunjukkan nilai dari setiap level atribut yang paling diminati oleh responden. Jadi, utility adalah selisih antara rata-rata faktor tertentu dengan nilai konstan, jika hasil dari utilitas bernilai negatif maka responden kurang menyukai dengan stimuli produk tersebut, dan sebaliknya jika bernilai positif maka responden menyukai stimuli produk tersebut. Sementara, importance value merupakan hasil dari analisis Konjoin yang berisikan atribut yang paling penting yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih suatu produk.

Kriteria yang digunakan untuk mengetahui tinggi rendahnya ketepatan prediksi dapat dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi korelasi estimasi pendapat responden dengan pendapat aktual responden. Jika probabilitas signifikansi $\leq 0,05$ maka ketepatan prediksi tinggi dan sebaliknya, jika probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka ketepatan prediksi rendah.

HASIL PENELITIAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dihasilkan dari 7 (tujuh) atribut yang sudah ditentukan, atribut jenis atraksi wisata atau attraction yang dimiliki oleh destinasi wisata Sanur merupakan atribut yang paling mempengaruhi preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di Destinasi Wisata Sanur. Selain jenis atraksi wisata yang dimiliki oleh destinasi wisata, atribut price atau harga turut mempengaruhi preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di Destinasi Wisata Sanur. Atribut selanjutnya yang mempengaruhi preferensi wisatawan mancanegara selanjutnya adalah amenities, activity, accessibilities, aviliable package dan terakhir adalah ancillary.

PEMBAHASAN

a. Karakteristik Responden Wisatawan Mancanegara

Dalam penelitian ini untuk mengetahui preferensi wisatawan mancanegara dalam memilih komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur, peneliti menggunakan 200 responden sebagai sampel. Selain mencari informasi mengenai preferensi wisatawan mancanegara, peneliti turut mencari informasi mengenai karakteristik dari wisatawan mancanegara yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Tabel 3. Karakteristik Responden Wisatawan Mancanegara

Karakteristik		Jumlah	Presentase %
Negara Asal	Australia	132	66
Jenis Kelamin	Laki-laki	142	71
Usia	40-50	92	46
Perencanaan Liburan	Sendiri	141	71
Lokasi Menginap	Sanur	121	61
Teman Berkunjung	Keluarga	98	49
Frekuensi Kunjungan	lebih dari 2 kali	144	72

Dari hasil karakteristik yang sudah diperoleh diketahui karakteristik wisatawan yang digunakan dalam penelitian ini diketahui wisatawan yang dominan dari penelitian ini dominan merupakan wisatawan mancanegara yang berasal dari negara Australia. Serta, wisatawan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan wisatawan yang memiliki rentan usia 40-50 tahun yang dimana wisatawan tersebut dominan merupakan wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Destinasi wisata Sanur lebih dari 2 kali dan merencanakan perjalanan wisatanya secara mandiri.

b. Analisis Utilitas Level Setiap Atribut

Analisis utilitas level setiap atribut merupakan salah satu output yang dihasilkan dalam analisis konjoin. Output ini menampilkan hasil nilai utility setiap level dari masing-masing atribut. Untuk mengetahui penilaian akan diketahui dari nilai utility yang dihasilkan, semakin besar nilai yang dihasilkan pada level tiap atribut, maka level tersebut yang mempengaruhi preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen destinasi Sanur Bali.

Tabel 4. Hasil Analisis Utilitas Level Setiap Atribut Destinasi Wisata

Atribut	Level	Utility Estimate	Std. error
Aviliable_Package	Available	-.297	.492
	Not available	.297	.492
Attraction	Natural	.678	.656
	Artificial	.757	.769
	Special Interests	-1.435	.769
Accessibilities	Reachable	.512	.492
	Hard to reach	-.512	.492
Amenities	Complete	.556	.492
	Incomplete	-.556	.492
Ancillary	Available	.277	.492
	Not available	-.277	.492

Activity	Complete	.529	.492
	Incomplete	-.529	.492
Price	Cheap	.566	.492
	Expensive	-.566	.492
(Constant)		8.330	.518

Available Package dalam penelitian ini merupakan atribut yang digunakan untuk mengetahui apakah preferensi wisatawan mancanegara lebih menyukai atau memilih destinasi wisata sanur menyediakan paket wisata atau tidak. Dalam penelitian ini available package dibagi menjadi 2 (dua) taraf atau level yaitu available dan not available. Dari tabel 5.2 yang sudah dipaparkan diatas, diketahui nilai dari taraf available mendapatkan nilai utility sebesar -.297 dan nilai not available mendapatkan nilai utility sebesar .297.

Jenis atraksi merupakan salah satu atribut yang digunakan untuk mengetahui jenis atraksi wisata yang mempengaruhi jenis atraksi wisata mana yang lebih disukai oleh wisatawan mancanegara. Dalam penelitian ini taraf attraction atau jenis atraksi wisata dibagi menjadi 3 (tiga) level atribut yaitu natural atau alam, artificial atau buatan dan special interests atau minat khusus. Berdasarkan tabel 5.2 diketahui nilai level natural atau alam mendapatkan nilai utility sebesar .678 dan untuk level artificial atau buatan mendapatkan nilai utility sebesar .757 dan untuk level special interests atau minat khusus mendapatkan nilai utility sebesar -1.435.

Akses merupakan salah satu atribut yang digunakan untuk menggambarkan preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur. Atribut akses merupakan atribut yang dibagi menjadi 2 (dua) taraf atau level yaitu akses yang mudah dijangkau atau reachable dan akses yang sulit dijangkau atau hard to reach. Berdasarkan Tabel 5.2, akses yang mudah dijangkau menghasilkan nilai utility sebesar .512 dan untuk taraf akses yang sulit dijangkau menghasilkan nilai utility sebesar -.512. Sehingga dengan nilai tersebut diketahui preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur lebih memilih destinasi wisata yang memiliki komponen pariwisata berupa akses yang mudah dijangkau.

Amenities merupakan salah satu atribut yang digunakan untuk mengetahui preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur. Atribut amenities dibagi menjadi menjadi 2 (dua) taraf atau level yaitu complete atau lengkap dan incomplete atau tidak lengkap. Berdasarkan tabel 5.2, diketahui taraf atau level lengkap mendapatkan nilai utility sebesar .556 dan untuk taraf atau level tidak lengkap mendapatkan nilai -.556. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui wisatawan mancanegara lebih mementingkan destinasi wisata sanur memiliki komponen pariwisata berupa amenities yang lengkap.

Ancillary merupakan salah satu atribut yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur. Dalam penelitian ini atribut ancillary dibagi menjadi 2 (dua) taraf atau level yaitu available atau tersedia dan not available atau tidak tersedia. Berdasarkan tabel 5.2 taraf atau level tersedia mendapatkan

niali utility sebesar .277 dan level tidak tersedia mendapatkan nilai utility sebesar -.277. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui wisatawan mancanegara tidak terlalu mementingkan destinasi wisata Sanur memiliki pengelola.

Activity merupakan salah satu atribut yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur. Dalam penelitian ini, atribut activity dibagi menjadi 2 (dua) yaitu complete atau lengkap dan incomplete atau tidak lengkap. Berdasarkan tabel 5.2 diketahui level atau taraf lengkap mendapatkan nilai utility sebesar .529 dan taraf atau level tidak lengkap mendapatkan nilai -.529. Berdasarkan nilai tersebut diketahui preferensi wisatawan mancanegara lebih menyukai destinasi wisata Sanur memiliki komponen pariwisata berupa aktivitas wisata yang lengkap.

c. Importance Values atau Analisis Tingkat Kepentingan Atribut

Importance values atau analisis tingkat kepentingan atribut merupakan salah satu output dalam analisis konjoin yang menunjukkan preferensi wisatawan mancanegara terhadap atribut yang paling dipertimbangkan ketika memilih komponen destinasi di kawasan destinasi wisata Sanur. Preferensi wisatawan mancanegara terhadap atribut yang paling dipertimbangkan dapat diketahui dari nilai yang dihasilkan setiap atribut, semakin besar nilai yang dihasilkan maka atribut tersebut merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh wisatawan mancanegara terhadap komponen destinasi Sanur Bali.

Tabel 5. Analisis Tingkat Kepentingan Atribut

Available Package	7.745
Attraction	28.599
Accessibilities	13.354
Amenities	14.495
Ancillary	7.223
Activity	13.811
Price	14.773

Atraksi merupakan atribut yang mendapatkan nilai tertinggi diantara 7 (tujuh) atribut lainnya. Hal ini dapat dikarenakan beragamnya jenis atraksi wisata yang disediakan di destinasi wisata sanur mulai dari jenis atraksi wisata alam, buatan dan minat khusus. Sehingga, membuat jenis atraksi atau attraction merupakan komponen destinasi yang paling dipertimbangkan wisatawan mancanegara Ketika mengunjungi destinasi wisata Sanur. Hal ini sejalan dengan karakteristik wisatawan mancanegara yang dominan digunakan dalam penelitian ini, dimana wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang berkunjung bersama keluarga sehingga beragamnya atraksi wisata merupakan hal yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur.

Salah satu daya tarik wisata yang berada di destinasi wisata Sanur adalah Museum Le Meyur merupakan destinasi wisata buatan yang banyak menarik minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke destinasi wisata Sanur. Bukan hanya daya tarik wisata buatan, destinasi wisata minat khusus juga terdapat di destinasi wisata Sanur yaitu Pura Blanjong. Bergamnya jenis atraksi wisata yang terdapat di destinasi wisata Sanur menyebabkan wisatawan mancanegara menjadikan jenis atraksi atau attraction sebagai preferensi ketika memilih komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dipublikasikan oleh Kembaren (2014) yang menyatakan bahwa atraksi wisata merupakan atribut yang paling berpengaruh terhadap keputusan wisatawan mengunjungi Pulau Samosir. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian dari Amir (2014) yang juga menemukan bahwa preferensi terhadap sebuah destinasi paling dipengaruhi oleh atraksi wisata.

Harga merupakan salah satu komponen pariwisata yang mendapatkan nilai tertinggi berdasarkan tabel 5.3. dari tabel tersebut dapat diketahui komponen pariwisata harga sangat mempengaruhi preferensi wisatawan mancanegara ketika mengunjungi destinasi wisata Sanur. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden wisatawan mancanegara yang berkunjung ke destinasi wisata Sanur, peneliti mendapatkan informasi mengenai harga yang masih terbilang tidak mahal menjadikan banyak wisatawan mancanegara berkunjung ke destinasi wisata Sanur. Hal tersebut sejalan dengan tabel 5.3 dimana harga atau price merupakan salah satu atribut komponen pariwisata yang mempengaruhi wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke destinasi wisata Sanur.

Atribut ketiga yang dipertimbangkan wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur adalah amenities. Amenities merupakan salah satu atribut yang dipertimbangkan oleh wisatawan karena wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi tidak dapat menikmati atraksi wisata yang ditawarkan tanpa adanya fasilitas penunjang lainnya yang disediakan. Fasilitas penunjang yang diperlukan wisatawan di suatu destinasi wisata antara lain yaitu tersedianya lahan parkir, toilet, tempat sampah, tourist information yang digunakan untuk memberi informasi kepada wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut dan berbagai fasilitas lainnya. Tersedianya kelengkapan fasilitas yang dimiliki dapat menciptakan citra yang baik di mata wisatawan.

Atribut keempat yang dipertimbangkan wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur adalah activity atau aktivitas wisata. Destinasi wisata sanur memiliki beragam aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan ketika berwisata di destinasi wisata Sanur, anatara lain adalah bersepeda, berenang maupun bersantai dipinggir pantai. Dari keseluruhan aktivitas wisata yang dapat dilakukan di destinasi wisata Sanur, hampir semua merupakan aktivitas wisata family. Hal tersebut sesuai dengan karakteristik wisatawan mancanegara yang digunakan dalam penelitian ini dimana didominasi oleh wisatawan yang berlibur bersama keluarga. Hal tersebut turut menjadikan aktivitas wisata atau activity sebagai salah satu atribut yang

mempengaruhi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur.

Akses atau *accessibilities* merupakan atribut kedua yang mempengaruhi preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur. Kemudahan akses yang dimiliki oleh destinasi wisata sangat mempengaruhi preferensi wisatawan dalam memilih suatu destinasi wisata yang akan di kunjungi, hal ini dapat dikarenakan karakteristik responden wisatawan mancanegara yang berujung ke destinasi Sanur didominasi oleh wisatawan yang mengatur sendiri rencana berwisatanya. Sehingga akses merupakan atribut yang cukup mempengaruhi preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur.

Avilliable Package atau paket wisata merupakan atribut berikutnya yang diperhitungkan oleh wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur. Namun, jika dilihat dari nilai yang sudah dipaparkan pada tabel 5.3 diketahui nilai *Avilliable Package* berada dibawah atribut lainnya. Hal ini dapat dikarenakan destinasi wisata sanur tidak memiliki paket wisata yang disediakan untuk wisatawan mancanegra. Wisatawan dapat menikmati aktivitas wisata sesuai dengan keinginan mereka sendiri. Sehingga, *Avilliable Package* merupakan atribut yang tidak terlalu mempengaruhi preferensi wisatawan mancanegara terhadap destinasi wisata Sanur.

Ancillary merupakan atribut yang memiliki nilai paling kecil diantara nilai atribut lainnya. *Ancillary* atau fasilitas pendukung adalah mencakup keberadaan dari berbagai organisasi yang memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran dari suatu destinasi wisata. Berdasarkan tabel 5.3 diketahui *ancillary* merupakan atribut yang tidak terlalu mempengaruhi preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di destinasi wisata Sanur. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dipublikasikan oleh Kembaren (2014) dimana menyatakan pengelolaan tidak terlalu mempengaruhi preferensi wisatawan dalam berkunjung ke suatu destinasi wisata.

d. Corelations atau Pengujian Signifikasi dan Predictive Accuracy

Corelations atau pengujian signifikasi dan *predictive accuracy* merupakan salah satu *output* dari analisis *konjoin*. *Output* ini menunjukkan hasil korelasi dan signifikasi yang dihasilkan dalam penelitian. Pengujian signifikasi dalam penelitian dengan menggunakan metode analisis *konjoin* dapat dilihat dari hasil nilai korelasi Pearson's R dan Kendall' Tau dari hasil pengolahan data kuesioner. Jika nilai signifikansi Pearson's R dan Kendall's Tau menunjukkan nilai di bawah 0,5 maka hubungan signifikansinya kuat. Hasil analisis *konjoin* juga akan divalidasi dengan melihat nilai Korelasi Pearson's R dan Kendall's Tau. Jika nilai menunjukkan angka di atas 0,5, dapat diartikan bahwa korelasinya memiliki *predictive accuracy* yang kuat atau valid.

Tabel 6. Nilai Korelasi dan Signifikasi

	<i>Value</i>	Sig.
Pearson's R	.752	.000
Kendall' Tau	.533	.000

Diketahui nilai Pearson's R dan Kendall' Tau yang dihasilkan menunjukkan nilai diatas 0,5 yang berarti korelasi nilai kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki predictive accuracy yang kuat atau valid. Sementara untuk nilai signifikansi Pearson's R dan Kendall' Tau menghasilkan nilai dibawah 0,5 yang berarti nilai signifikansi yang dihasilkan kuat.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan pembahasan yang sudah dipaparkan, dapat diketahui preferensi wisatawan mancanegara terhadap komponen pariwisata di Destinasi Wisata Sanur lebih memilih komponen pariwisata di destinasi wisata sanur yang memiliki komponen jenis wisata buatan dibandingkan dengan jenis atraksi wisata lainnya. Namun ketika berbica mengenai aksesibilitas wisatawan mancanegara cenderung memilih komponen akses yang mudah dijangkau. Namun ketika mengenai faktor amenities preferensi wisatawan mancanegara akan memilih destinasi wisata yang memiliki amenities yang lengkap dengan aktivitas wisata yang beragam. Preferensi wisatawan mancanegara lebih cenderung memilih komponen destinasi wisata yang memiliki harga yang murah dan terdapat pengelolaan, namun wisatawan mancengara tidak terlalu mementingkan komponen paket wisata di destinasi wisata sanur karena ingin memilih atraksi wisata sendiri.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang mencakup waktu dan metode yang diterapkan, sehingga belum dapat menjelaskan preferensi lain wisatawan dalam berkunjung ke destinasi wisata sanur . Oleh sebab itu, diperlukan penelitian yang mendalam dan lebih luas, dengan mencakup periode waktu yang lebih lama serta melibatkan semua stakeholder dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendapatkan gambaran hasil yang lebih lengkap.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta kontribusinya dalam proses penyusunan artikel ini. Terima kasih khusus nya saya haturkan para dosen pembimbing serta keluarga atas arahan dan motivasi yang sangat berarti. Saya juga berterima kasih kepada teman-teman, serta seluruh responden yang telah meluangkan waktu, berbagi pengetahuan, serta pengalaman mereka. Tanpa dukungan dan bantuan dari semua pihak, artikel ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Caprara, G. V., & Zimbardo, P. G. (2004). Personalizing politics: A congruency model of political preference. *American Psychologist*. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.59.7.581>
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>
- Haerani, S., Parmitasari, R. D. A., Aponno, E. H., & Aunalal, Z. I. (2019). Moderating effects of age on personality, driving behavior towards driving outcomes. *International Journal of Human Rights in Healthcare*. <https://doi.org/10.1108/IJHRH-08-2017-0040>
- Liestiandre, Hanugerah Kristiono, Dewa Ayu Made Lily Dianasari, M. W. (2015). *Preferensi Pengunjung Terhadap Theme Park di Bali* (p. 13).
- Luh Yusni Wiarti, Anom Hery Suasapha, Ni Made Eka Mahadewi, Sukma Winarya Prabawa, I.B Putra Negarayana, H. K. L. (2020). *Measuring Tourist's characteristics and Preferences in Selecting Destination: A Case of Labuan Bajo As a Priority Destination in Indonesia*. 4.
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2010). Financial literacy among the young: Evidence and implications. *National Bureau of Economic Research*, 358-380. Retrieved from <https://www.nber.org/papers/w15352.pdf>
- Sabri, M. F., & MacDonald, M. (2010). Savings Behavior and Financial Problems among College Students: The Role of Financial Literacy in Malaysia | Sabri | Cross-cultural Communication. *Crosscultural Communication*. <https://doi.org/10.3968/j.ccc.1923670020100603.009>