

Analysis of the Effect of Tourism Development on Tourist Satisfaction in the Bukit Indah Simarjarunjung Tourism Area, Pariksabungan Village, Simalungun Regency

Yan Saputra Saragih
Universitas Sumatera Utara

Corresponding Author: Yan Saputra Saragih yanputrasaragih@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Tourism Development, Tourist Satisfaction, Bukit Indah Simarjarunjung

Received : 13 November
Revised : 15 December
Accepted: 17 January

©2022 Saragih : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tourism development in terms of attractions, accessibility, amenities and ancillary services on tourist satisfaction in the Bukit Indah Simarjarunjung Tourism Area, Simalungun Regency. The method used is a survey method using a Likert model questionnaire which is distributed using the Google Form. The sample selection method used simple random sampling with a total of 116 respondents. This study uses descriptive analysis with a quantitative approach with multiple linear regression. Each independent variable (X) is then subjected to a t-test and f-test to the dependent variable (Y). The results show that Ataction, Accessibility, Amenities and Asilari Services have a positive and significant effect both partially and simultaneously on tourist satisfaction in the Bukit Indah Tourism Area Simarjarunjung, Simalungun Regency. From the results of the dominant test, it was found that tourist attractions were the most influential variable on tourist satisfaction. Amenities are the variables that need the most attention to strive for their development.

Analisis Pengaruh Pengembangan Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawasan Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Desa Pariksabungan Kabupaten Simalungun

Yan Saputra Saragih

Universitas Sumatera Utara

Corresponding Author: Yan Saputra Saragih yanputrasaragih@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Pengembangan Pariwisata, Kepuasan Wisatawan, Bukit Indah Simarjarunjung

Received : 13 November

Revised : 15 December

Accepted: 17 January

©2022 Saragih : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



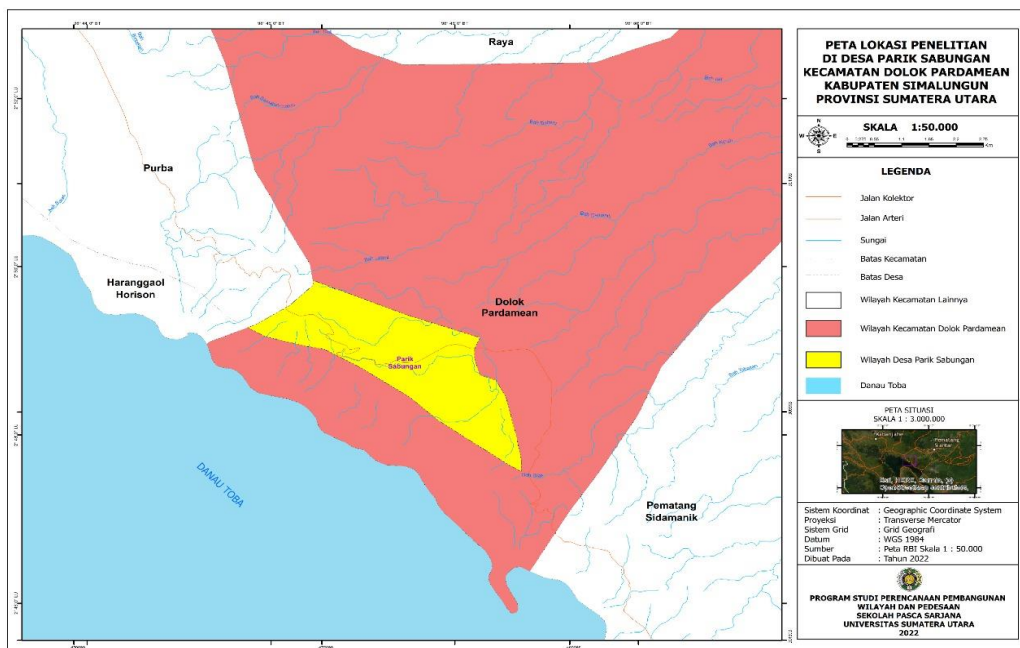
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengembangan pariwisata dalam hal ini atraksi, aksesibilitas, amenities dan layanan ancilari terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun. Metode yang digunakan dengan metode survey dengan menggunakan kuesioner model Likert yang disebar dengan menggunakan Google Form. Metode pemilihan sampel dengan menggunakan simple random sampling dengan jumlah responden sebanyak 116 orang. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan regresi linear berganda. Setiap variabel bebas (X) kemudian dilakukan uji t dan uji f terhadap variabel terikat (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Layanan Ancilari berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun. Dari hasil uji dominan diperoleh bahwa atraksi wisata merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Amenitas merupakan variabel yang paling harus mendapat perhatian untuk dipayakan pengembangannya.

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor pariwisata dewasa ini memberikan keuntungan ekonomi yang cukup tinggi. Keuntungan ekonomi ini membawa pengaruh pada pendapatan devisa negara secara nasional. Dalam skala lokal, perkembangan pariwisata akan mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang dapat pula mempengaruhi kesejahteraan masyarakat sekitar secara khusus. Kunjungan wisatawan ke suatu daerah akan memberikan *multiple effect* ke berbagai pihak, mulai dari pelaku usaha transportasi, pedagang, pengusaha hotel, *tour guide*, pengusaha kuliner dan lain sebagainya. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara juga akan mendorong sektor lain untuk berkembang karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, dan lain sebagainya. Selain mampu menghasilkan devisa dan dapat pula digunakan sebagai sarana untuk menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan angka kesempatan kerja. Sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga akan membangkitkan usaha di bidang akomodasi, transportasi, kuliner yang secara ekonomis juga dipandang sebagai industri yang bergerak di bidang jasa. Dengan demikian sektor pariwisata akan mampu menciptakan arus barang dan jasa yang cakupannya sangat luas pada suatu wilayah.

Salah satu objek wisata di sekitar Danau Toba yang belakangan ini mulai berkembang dan dikenal di kalangan masyarakat Sumatera Utara khususnya adalah kawasan wisata Bukit Indah Simarjarunjung. Objek wisata ini terletak di Desa Parik Sabungan Kecamatan Dolok Pardamean Kabupaten Simalungun, dengan latar [Danau Toba](#) dan [Pulau Samosir](#). Bukit Simarjarunjung memiliki ketinggian 1.300 meter dari permukaan laut (mdpl).



Gambar 1. Peta Administrasi Kecamatan Dolok Pardamean

Sejak dibuka pada tahun 2013 objek wisata ini terus berbenah dan semakin berkembang. Yang pada awalnya di kawasan ini hanya terdapat beberapa spot wisata namun saat ini disepanjang jalur Dolog Simarjarunjung pada saat ini sudah banyak terdapat wahana dan spot wisata lainnya yang dapat menarik minat wisatawan. Keunikan kawasan wisata ini adalah mengandalkan potensi keindahan alam yang sangat menarik yang selanjutnya dikelola dengan tambahan atraksi buatan lainnya. Lokasi ini merupakan salah satu tempat terbaik untuk menikmati *view* Danau Toba yang berlatar belakang Pulau Samosir. Berada di ketinggian dan dikelilingi perbukitan mengakibatkan suasana yang sangat sejuk dan dingin.

Berbekal potensi alam yang sangat menarik, hingga saat ini kawasan wisata ini masih terus dalam proses pengembangan, baik dari segi aksesibilitas, amenitas maupun pengembangan berbagai fasilitas lain yang mampu menarik minat wisatawan. Kenyamanan dan jaminan keamanan dalam melakukan aktivitas di lokasi wisata juga menjadi faktor pendukung menarik minat wisatawan. Hingga saat ini Bukit Indah Simarjarunjung berkembang menjadi objek wisata yang telah memiliki beberapa potensi yang dapat dijual. Selain mengandalkan keindahan alam terdapat atraksi lain seperti aneka wahana foto, rumah pohon, sepeda gantung, dan wisata kuliner, bahkan objek wisata ini telah memiliki fasilitas penginapan yang seluruhnya disugahi indahnya pemandangan Danau Toba dan perbukitan.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Kawasan Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Tahun 2017 -2021

No	Tahun	Nusantara	Manca Negara	Jumlah
1	2017	224.300	-	224.300
2	2018	192.534	3.356	195.890
3	2019	194.965	3.679	198.644
4	2020	119.100	-	119.100
5	2021	120.200	-	120.200

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Simalungun Tahun 2022

Namun dari data yang ada jumlah kunjungan wisatawan pada lima tahun terakhir mengalami penurunan. Bila dibandingkan pada tahun 2017 dan tahun 2021 maka terjadi penurunan jumlah kunjungan sekitar 50%. Khusus untuk tahun 2020 dan 2021 terdapat penurunan jumlah kunjungan yang signifikan dari tahun-tahun sebelumnya yang menurut informasi dari pengelola disebabkan oleh pandemi Covid 19 (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Simalungun, 2022). Namun untuk penurunan jumlah kunjungan secara keseluruhan pada lima tahun terakhir tentu hal yang perlu dianalisis lebih lanjut dalam penelitian ini.



Gambar 2. Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan

Pandemi Covid 19 yang melanda dunia sejak akhir tahun 2019 hingga saat ini tentu berpengaruh besar terhadap kehidupan manusia di seluruh dunia khususnya di Indonesia. Covid 19 memberi pengaruh buruk terhadap sektor ekonomi, dan sektor ekonomi salah satunya ditopang oleh industri pariwisata. Bagaimana tidak, industri pariwisata merupakan penyumbang devisa negara terbesar dan dirasa mampu mendongkrak perekonomian, beberapa waktu lalu juga sangat terdampak. Belakangan ini ekonomi kita sudah menunjukkan tanda-tanda pemulihan seiring dengan pembatasan aktivitas masyarakat sudah menuju level terendah. Tentu hal ini juga akan membawa harapan baru terhadap pemulihan sektor pariwisata di Indonesia. Menata sektor pariwisata dengan kebiasaan baru selama pandemi Covid 19 juga tentu menjadi perhatian. Bukan hanya bagaimana strategi meningkatkan kunjungan wisatawan yang perlu dipersiapkan bagi para pelaku industri pariwisata, namun fasilitas penanggulangan Covid 19 juga perlu mendapat perhatian khusus. Oleh karena itu, pengelolaan suatu kawasan wisata harus benar-benar dibenahi agar wisatawan dapat dengan aman dan nyaman melakukan aktivitas wisata.

Oleh karena itu, demi pengembangan objek wisata ini yang berkelanjutan ke depan, peneliti melihat ada beberapa aspek yang harus terpenuhi dan perlu dilakukan perencanaan agar semakin diminati wisatawan. Kondisi aspek- aspek pengembangan kawasan pariwisata yang perlu dianalisis adalah komponen pariwisata atau daya tarik yang dimiliki sebuah objek wisata seperti *atracion* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenity* (sarana dan prasarana), dan *ancillary services* (organisasi kepariwisataan). Seluruh aspek ini menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan agar pengembangan wisata Danau Toba pada umumnya dan Bukit Indah Simarjarunjung pada khususnya dapat berjalan dengan baik. Sejauh ini berdasarkan pengamatan peneliti untuk aksesibilitas menuju lokasi masih harus terus dibenahi, terutama akses dari ibukota provinsi maupun dari kota terdekat seperti dari arah Pematang Siantar maupun dari arah Kabupaten Karo atau dari Kabupaten Samosir. Angkutan umum yang belum ada sampai menuju titik lokasi wisata juga hal yang perlu

diperhatikan. Keberadaan angkutan umum juga sangat berpengaruh terhadap perkembangan sebuah objek wisata baik dari segi jumlah, alternatif pilihan maupun kondisi armada yang digunakan. Selain itu berbagai fasilitas di dalam area objek wisata seperti jalan masuk ke lokasi yang sampai saat ini sering berpindah dan belum di bangun secara permanen (jalan tanah dan licin), curam, sehingga belum nyaman dilalui kendaraan. Area parkir yang masih terbatas dan kondisi parkir yang masih harus diperbaiki dapat menjadi faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan. Penataan dan inovasi wahana dan atraksi wisata lainnya, perlu terus ditingkatkan. Penataan area parkir, dan menjaga kelestarian lingkungan masih harus ditingkatkan.

Berdasarkan informasi dari pengelola, dalam hal kelembagaan atau organisasi yang turut berperan dalam pengelolaan pariwisata juga masih tergolong minim. Hal ini terlihat dari belum adanya tata kelola promosi wisata dan belum optimalnya kerjasama antar pihak terkait dalam mengelola dan memasarkan objek wisata ini. Hal ini perlu terus dikembangkan seiring perkembangan teknologi apalagi saat ini terus digalakkan *digital tourism* atau digitalisasi pariwisata sehingga pariwisata kita semakin dikenal ke seluruh dunia. Hal ini tentu juga harus diimbangi dengan peningkatan atraksi wisata maupun fasilitas penunjang dan infrastruktur lainnya. Untuk itu dukungan dari pemerintah juga sangat diperlukan agar pengembangannya lebih baik ke depan. Weaver (2006) menyatakan bahwa pariwisata berkelanjutan harus menjaga tingkat kepuasan wisatawan dan memastikan para wisatawan mendapatkan pengalaman berarti, meningkatkan kepedulian mereka mengenai isu keberlanjutan, serta mempromosikan praktek pariwisata yang lestari. UNWTO (2004) menyatakan bahwa tingkat kepuasan wisatawan ketika berada di lokasi wisata, akan sangat menentukan apakah wisatawan tersebut kembali lagi, merekomendasikan tujuan ke orang lain atau sebaliknya menyarankan orang lain untuk menjauh.

Basiya dan Rozak (2012) menyatakan bahwa minat berkunjung ulang adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Minat kunjung ulang dapat timbul bila ada penilaian positif pada suatu destinasi wisata, penilaian positif ini terkait salah satunya mengenai komponen 4A destinasi wisata, yakni atraksi (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), fasilitas pendukung (*amenity*) dan fasilitas tambahan (*ancillary service*). Karena itu Suwantoro (2004), menyatakan bahwa upaya pengembangan pariwisata menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangannya meliputi 5 unsur: 1). Objek dan daya tarik wisata; 2) Prasarana wisata, 3) Sarana wisata; 4) Infrastruktur; 5) Masyarakat/ lingkungan. Kemudian Sondakh (2010), menjelaskan bahwa pada dasarnya terdapat tiga faktor yang penting dalam pengembangan pariwisata, yaitu : 1) Perbaikan Infrastruktur ; 2) Perbaikan Promosi dan 3) Perbaikan Keamanan.

Dalam rangka pengembangan pariwisata ini diperlukan pendekatan terhadap tiga aktor utama yang berperan dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata menurut Pitana dan Gayatri (2005) tiga aktor tersebut adalah masyarakat; swasta yang bergerak di sektor pariwisata dan

pemerintah. Memperhatikan permasalahan tersebut maka peneliti menyimpulkan bahwa masalah pengembangan kawasan wisata Bukit Indah Simarjarunjung masih harus dilakukan secara berkelanjutan dengan lebih fokus memperhatikan bagaimana sebuah daya tarik atau atraksi wisata (*attraction*/atraksi, *accessibility*/aksesibilitas, *amenity*/amenitas, dan *ancillary services*/pelayanan tambahan) mampu menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung. Adanya tren menurunnya jumlah kunjungan wisatawan dalam kurun waktu lima tahun terakhir ke lokasi ini menarik perhatian peneliti untuk mencari akar masalah yang harus segera diselesaikan. Selain itu, untuk mengantisipasi akan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan pasca pandemi Covid 19 perlu diantisipasi komponen atraksi wisata yang mana yang harus mendapat prioritas untuk dikembangkan. Untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Menurut Burkat dalam Damanik (2006), pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasa hidup dan bekerja dan juga kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di suatu tempat tujuan. Menurut Mathieson dan Wall (dalam Pitana dan Gyatri, 2005) bahwa pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi diluar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan juga penyiapan-penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Yoeti, (1991:103).

Objek Wisata dan Kawasan Wisata

Pengertian obyek dan daya tarik wisata menurut Marpaung (2002:78) adalah suatu bentuk dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Menurut SK Menspasportel No. KM 98 PW. 102 MPPT-87 yaitu " Objek Wisata adalah suatu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan juga dikembangkan sehing bisa mempunyai daya tarik yang diusahakan sebaga tempat yang dikunjungi para wisatawan ". Berdasarkan UU No.9 Tahun 1990 dijelaskan bahwa pengertian kawasan wisata adalah suatu kawasan yang mempunyai luas tertentu yang dibangun dan disediakan untuk kegiatan pariwisata.

Apabila dikaitkan dengan pariwisata air, pengertian tersebut berarti suatu kawasan yang disediakan untuk kegiatan pariwisata dengan mengandalkan obyek atau daya tarik kawasan perairan. Pengertian kawasan pariwisata ini juga diungkapkan oleh seorang ahli yaitu Inskeep (1991:77) sebagai area yang dikembangkan dengan penyediaan fasilitas dan pelayanan lengkap (untuk rekreasi/relaksasi, pendalaman suatu pengalaman/kesehatan). Sedangkan pengertian kawasan pariwisata secara umum adalah suatu kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata dan jasa wisata.

Komponen Pariwisata

Komponen-komponen yang harus dimiliki dan dikembangkan oleh sebuah daya tarik wisata menurut Cooper et.al dalam Alfitriani, dkk (2021) yang dikenal dengan 4A yaitu :

1. Atraksi (attractions), seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan atau seni pertunjukkan dan atraksi buatan manusia yang sengaja diciptakan;
2. Aksesibilitas (accessibilities), seperti transportasi lokal dan segala fasilitas penunjang untuk proses transfer wisatawan seperti adanya terminal, pelabuhan dll;
3. Amenitas atau fasilitas (amenities), seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan;
4. Ancillary services merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan seperti organisasi manajemen pemasaran wisata, travel agent, dan pihak terkait yang berperan dalam kepariwisataan.

Wisatawan

Wisatawan adalah pelaku atau orang yang melakukan wisata. Bisa juga disebut turis atau pelancong. Macam-macam wisatawan ada tiga, yaitu asing (dari luar negeri, mancanegara), domestik (lokal Indonesia atau Nusantara), dan lokal (tingkat daerah, kabupaten atau provinsi). Wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia pariwisata. Wisatawan sangat beragam, tua-muda, miskin-kaya, asing-nusantara, semuanya mempunyai keinginan dan juga harapan yang berbeda.

Pengembangan Pariwisata

Perencanaan dan pengembangan pariwisata haruslah dilakukan dengan baik dan berkelanjutan dengan cara melakukan monitoring dan evaluasi dan selanjutnya melakukan berbagai perbaikan dan inovasi untuk mencapai hasil dari implementasi rencana dan tujuan yang maksimal. Aspek perencanaan dan pengembangan pariwisata ini tentu tidak dapat berdiri sendiri namun harus melibatkan banyak hal secara holistik agar berjalan baik.

Yoeti (2008) menjelaskan tentang pengertian pengembangan pariwisata dengan membagi 2 kelompok yaitu :

1. Pengembangan Produk Baru

Pengembangan produk baru pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk memperbaiki produk yang sedang berjalan atau menambah jenis produk yang dihasilkan ataupun yang akan dipasarkan. Pengembangan produk baru meliputi perbaikan pelayanan (service) semenjak seorang wisatawan meninggalkan tempat kediamannya sampai ke tempat atau objek yang dituju sampai kembali ke tempat asalnya.

2. Pengembangan Atraksi Wisata

Atraksi wisata adalah peristiwa atau kejadian yang berlangsung secara periode, baik yang bersifat tradisional maupun dilembagakan dalam kehidupan masyarakat moderen, mempunyai daya tarik tertentu sehingga merangsang wisatawan untuk menyaksikan atau menghadirinya. Pengembangan atraksi wisata berarti menggali dan memajukan sesuatu yang dapat disaksikan oleh wisatawan sehingga mereka berminat untuk mengadakan kunjungan ke suatu daerah tujuan wisata.

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan sangat erat kaitannya dengan kualitas produk pariwisata yang diterimanya. Kepuasan wisatawan adalah perasaan senang ataupun puas setelah berkunjung ke suatu obyek wisata. Semakin puas wisatawan dapat berdampak pada semakin banyaknya jumlah wisatawan dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan daerah. Akan tetapi apabila kepuasan wisatawan rendah maka akan berdampak pada menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke lokasi obyek wisata. Kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Makens, 1999). Dalam bukunya yang lain, Kotler (2002) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan tentang daya tarik wisata dibandingkan dengan harapan wisatawan sebelum berkunjung di daya tarik wisata tersebut. Dalam bisnis pariwisata pelayanan terlihat sebagai salah satu variabel penentu kepuasan ; (Ihshani, 2005; Hamzah dan Hariyanto, 2015; dan Priyanto, 2016).

Kepuasan akan suatu produk ditandai dengan munculnya loyalitas dari pelanggan terhadap suatu produk. Secara umum, loyalitas dimaknai sebagai komitmen pelanggan untuk berlangganan atau membeli ulang produk/jasa terpilih secara konsisten (Hurriyati, 2005). Dalam kajian pemasaran pariwisata, kepuasan akan mengakibatkan adanya minat untuk melakukan kunjungan ulang ke sebuah destinasi wisata. Namun jika produk wisata dianggap tidak memuaskan, maka pelanggan akan bereaksi dengan cara exit (pelanggan menyatakan berhenti membeli merek atau produk) dan voice (pelanggan menyatakan ketidakpuasan secara langsung pada perusahaan) (Wallin Andreassen & Lindestad, 1998). Sedangkan Kartajaya dan Setiawan (2014) menyatakan bahwa loyalitas tertinggi dilihat dari keaktifan pelanggan dalam merekomendasikan *brand* (destinasi wisata).

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, (Sugiyono_2013). Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif

yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2006). Penelitian menggunakan metode asosiatif untuk melihat hubungan kausal (sebab-akibat) antara variabel bebas (penyebab munculnya variabel terikat) dengan variabel terikat (menjadi akibat karena adanya variabel bebas). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism* (data kongkrit), digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini peneliti ingin menganalisis bagaimana pengaruh pengembangan daya tarik wisata (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ancilari) terhadap kepuasan wisatawan pada Kawasan Wisata Bukit Indah Simarjarunjung.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kawasan Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kecamatan Dolok Pardamean Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Juli 2022 sampai dengan Bulan Oktober 2022.

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

1. Data primer yakni data yang secara langsung didapatkan di lapangan dengan melakukan wawancara dengan panduan kuesioner dan observasi langsung dilapangan oleh peneliti.
2. Data sekunder yakni data yang diperoleh dari instansi atau dinas yang terkait Seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Simalungun, Badan Pusat Statistik serta studi kepustakaan yang bersumber dari literatur dan dokumen.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan 5 metode. (1) Observasi atau pengamatan dilapangan (2) Kuesioner yang disebar melalui google form. (3) Wawancara dengan pihak pengelola objek wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Simalungun, dan Pemerintah Desa Pariksabungan (4) Dokumentasi lapangan. (5) Literatur berupa jurnal dan bacaan lainnya

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Adapun teknik pengambilan sampel untuk wistawan adalah dengan menggunakan simple random sampling. Simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono 2013). Populasi penelitian ini adalah masyarakat yang menjadi pengunjung/wisatawan pada Kawasan Wisata Bukit Indah Siamarjarunjung. Sampel yang diambil dari populasi adalah wisatawan domestik baik yang berasal dari Sumatera Utara maupun luar Sumatera Utara yang diambil secara acak. Pada penelitian ini, perhitungan jumlah sampel untuk mengetahui

responden pengunjung/wisatawan akan didapatkan melalui rumus Slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(d^2) + 1}$$

Keterangan:

n = Besar Sampel

N = Besar Populasi

d = Ketepatan yang diinginkan *margin error*, yakni sebesar 10 %

Rumus ini pertama kali diperkenalkan oleh Slovin pada tahun 1960. Jumlah populasi pengunjung Kawasan Wisata Bukit Indah Simarjarunjung yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 171.627 orang/tahun. Angka tersebut merupakan data rata-rata jumlah pengunjung kawasan wisata tersebut pada tahun 2017-2021 yang diperoleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Simalungun. Dengan menggunakan persentase batas toleransi kesalahan 10 %, sampel yang diperlukan dalam penelitian ini minimal 100 pengunjung/wisatawan. Namun dalam penelitian ini jumlah sampel atau responden yang digunakan adalah 116 orang wisatawan.

Defenisi Operasional

Tabel 2. Defenisi Operasional

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Hasil Ukur/Skala
1	<i>Attractions</i> (atraksi)	Keadaan alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan atau seni pertunjukkan dan atraksi buatan manusia yang sengaja diciptakan	Skala Ordinal
2	<i>Accessibilities</i> (aksesibilitas)	Transportasi lokal dan segala fasilitas penunjang untuk proses transfer wisatawan termasuk ketersediaan jaringan internet	Skala Ordinal
3	<i>Aamenities</i> (amenitas)	Tersedianya akomodasi, rumah makan, area parkir, toilet, air bersih, listrik, tempat sampah dan fasilitas pendukung lainnya	Skala Ordinal
4	Ancillary services (fasilitas tambahan)	Organisasi manajemen pemasaran wisata, travel agent, dan pihak terkait yang berperan dalam kepariwisataan.	Skala Ordinal

5	Kepuasan Wisatawan	Perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan menikmati suatu produk atau jasa telah mendapatkan pelayanan dengan baik. Atau mengarah pada perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka harapkan terhadap objek wisata	Skala Ordinal
---	--------------------	--	---------------

Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini dilakukan dengan 4 cara yaitu: (1) Uji Instrumen Penelitian (Uji Kualitas Data) yaitu uji validitas dan reliabilitas; (2) Uji Hipotesis, yaitu uji t, uji F dan uji koefisien determinasi; (3) Analisis Regresi Linier Berganda dan (4) Uji Dominan.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur atau instrumen itu mengukur apa yang ingin diukur atau suatu instrumen dikatakan sah apabila instrumen tersebut mampu mengukur apa yang hendak diukur. Kemudian cara untuk mengukur validitas, yaitu dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment dengan nilai signifikansi 5 %. Setelah dianalisis, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti butir tersebut sah atau valid. Uji validitas dilakukan terhadap seluruh jawaban responden sebanyak 116 orang responden. Dari hasil pengujian diperoleh bahwa seluruh butir pertanyaan pada setiap variabel dari seluruh responden adalah valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada ketetapan atau keajegan alat tersebut dalam menilai apa yang diinginkan, artinya kemampuan alat tersebut digunakan akan memberikan hasil yang relatif sama. Reliabilitas dapat diketahui jika suatu penelitian menunjukkan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Suatu konstruk dikatakan dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka kuesioner penelitian tersebut dinyatakan reliabel. Dalam hal ini untuk mengukur realibilitas dilakukan dengan uji statistic *Cronbach Alpha*. Dari uji yang dilakukan dengan menggunakan SPSS maka diperoleh hasil uji reliabilitas didapatkan hasil untuk seluruh variabel adalah realibel karena nilai Cronbach Alphanya sudah lebih besar dari 0,60 seperti yang disyaratkan.

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha Hitung	Cronbach Alpha Teoritis
Atraction	0,896	0,6
Accessibility	0,914	0,6
Amenity	0,944	0,6
Ancillary Services	0,950	0,6
Kepuasan wisatawan	0,895	0,6

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS, 2022

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai koefisien alpha pada variabel atraksi wisata, amenitas, aksesibilitas, amenitas dan ancillary service dan kepuasan wisatawan lebih besar dari 0,600 sehingga instrumen penelitian ini dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Uji Koefisien Determinasi (R)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur proporsi atau persentase kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat (independent). Koefisien determinasi memiliki kisaran nilai nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika nilai R^2 semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) memiliki nilai pengaruh yang besar terhadap variabel terikat (Y). Kondisi ini menunjukkan model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan sebaliknya.

Tabel 4. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.673	.662	2,60254

a. Predictors: (Constant), Ancillary Services (X4), Accessibilitas (X2), Ammenities (X3), Attractions (X1)

$R = 0,821$ artinya hubungan antara variabel *Atraction* (X1), *Accessibility* (X2), *Amenity* (X3), dan *Ancillary Services* (X4) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) sebesar 82,1 %. Artinya hubungan yang terjadi antara masing masing variabel sangat erat atau kuat. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,673 berarti 67,3% Kepuasan Wisatawan dapat dijelaskan variabel *Atraction*, *Accessibility*, *Amenity*, dan *Ancillary Services*. Sedangkan sisanya 32,7 % dijelaskan oleh

faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini. . *Standart Error of Estimated* (standart Deviasi) artinya mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. Dalam penelitian ini standar deviasinya sebesar 2,602. Semakin kecil standar deviasi berarti model semakin baik.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji secara parsial masing masing variabel. Hasil pengujian dapat dilihat dari tabel *Coefficient* pada kolom signifikansi. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dimana uji parsial (uji t) akan menerangkan nilai masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan tingkat kepercayaan atau alpha sebesar 5% (0,05).

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,340	1,489		4,258	,000
	Attractions (X1)	,216	,084	,239	2,572	,011
	Accessibilities (X2)	,153	,055	,233	2,754	,007
	Ammenities (X3)	,131	,043	,241	3,056	,003
	Ancillary Services (X4)	,157	,061	,227	2,547	,012

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)

Jika nilai probabilitas atau nilai signifikansi < 0,05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat secara parsial, Jika nilai probabilitas atau nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat secara parsial. Dari hasil uji signifikan diperoleh bahwa seluruh variabel bebas yaitu variabel *atrraction* (X1), variabel *accessibility* (X2), variabel *amenity* (X3) dan variabel *ancillary Services* (X4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan.

Uji Simultan (Uji- F)

Tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5 % atau 0,05 ($\alpha = 5\%$) jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen

ataupun sebaliknya.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji- F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1550,683	4	387,671	57,236	.000 ^b
	Residual	751,825	11	6,773		
	Total	2302,509	11			
a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Ancillary Services (X4), Accessibilitas (X2), Ammenities (X3), Attractions (X1)						

Dari hasil Uji F diperoleh keputusan bahwa H^0 ditolak dan H^1 diterima. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung yaitu sebesar $57,236 > f$ tabel 2,45. Sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0,000 yang dimana $<$ dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda ini layak digunakan dan variabel independen yang meliputi *Attraction*, *Accessibility*, *Amenity*, dan *Ancillary Services* memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen Kepuasan Wisatawan.

Uji Dominan

Uji dominan dilakukan untuk menentukan variabel bebas mana yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat, jika dibandingkan dengan beberapa variabel bebas lainnya. Untuk mengetahui variabel dominan ini dapat diketahui dengan melihat nilai koefisien beta (β) dengan membandingkan nilai beta (β) dengan p value atau signifikansi pada hasil uji t dengan $\alpha = 0,05$. Semakin nilai β menjauhi nol (0), maka variabel tersebut semakin berpengaruh (dominan). Dengan merujuk pada Tabel 5 maka diperoleh data bahwa seluruh variabel adalah signifikan diaman seluruh nilai signifikansi $<$ 0,05. Lalu berikutnya ditentukan nilai beta (β) yang paling menjauhi nol. Maka didapati bahwa variabel *Attraction* (X1) memiliki nilai beta (β) yang paling menjauhi nol yaitu 0,216 kemudian variabel *Ancillary Services* (X4) berikutnya variabel *Accessibility* (X2) dan yang terakhir adalah variabel *Amenity* (X3). Dengan demikian variabel yang paling dominan mempengaruhi Kepuasan Wisatawan adalah *Attraction* (Atraksi).

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji t maka variabel atraksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Wisata Bukit Indah Simarjarunjung. Mayoritas responden berpendapat bahwa terdapat rasa puas terhadap atraksi wisata yang ada yang mendorong wisatawan datang kembali berkunjung. Hal ini selaras dengan penelitian Alfitriani, *et. al.* (2021) dimana

atraksi wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor atraksi wisata merupakan komponen daya tarik yang paling dominan mempengaruhi kepuasan wisatawan. Pemandangan alam merupakan atraksi yang paling diminati, dan untuk atraksi buatan wahana rumah pohon paling diminati dan disusul wahana lainnya. Untuk itu pihak pengelola harus terus berupaya melakukan inovasi agar atraksi wisata berupa pemandangan alam dan atraksi buatan berupa wahana, spot foto harus terus di kelola dengan baik. Kenyamanan, keamanan dalam melakukan aktivitas wisata di lokasi ini juga harus lebih ditingkatkan. Mengingat lokasi wisata ini berda di sekeliling zona lindung maka dalam pengembangannya harus memperhatikan kelestarian lingkungan agar terhindar dari bahaya erosi dan tanah longsor.

Salah satu hal yang paling perlu mendapat perhatian terkait aksesibilitas ke kawasan wisata ini adalah masalah ketersediaan transportasi umum. Dari jawaban responden seperti yang telah dijelaskan pada bagian karaktersistik responden 93,1 % pengunjung datang dengan kendaraan pribadi selebihnya dengan bus (rombongan) mapun angkutan umum yang dapat umum sampai saat ini belum ada trayek reguler angkutan umum ke lokasi ini. Stasiun perhentian angkutan umum dari pusat kota Pematang Siantar berada lebih kurang 2 km dari lokasi ini. Hal ini tentu menjadi salah satu kendala bagi pengunjung yang tidak memiliki kendaraan pribadi menuju lokasi wisata. Namun menurut pengamatan peneliti di lapangan, ketidak nyamanan lebih cenderung terkait kondisi jalan di beberapa titik sangat rawan longsor dan banjir. Hal ini tentu sangat mengganggu kenyamanan pengendara menuju kawasan wisata. Selain itu hal yang paling perlu diperhatikan adalah terkait adanya objek wisata lain yang terjangkau dan berdekatan dengan lokasi ini yang dapat dikunjungi sekaligus maka faktor aksesibilitas tentu harus diupayakan dalam kondisi baik agar para wisatawan yang berkunjung dari satu tempat wisata ke tempat wisata lainnya lebih nyaman.

Variabel Amenitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Namun variabel ini memiliki pengaruh yang paling tidak dominan diantara variabel lainnya. Namun demikian hasil penelitian ini masih selaras dengan hasil penelitian Alfitriani, *et. al.* (2021) bahwa bahwa amenitas wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Setyanto & Pangestuti (2019) menyatakan bahwa amenitas merupakan segala fasilitas yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat melakukan kegiatan wisata disuatu objek wisata, seperti fasilitas makan dan minum, hiburan, pusat perbelanjaan dan lain sebagainya. Untuk amenitas di kawasan wisata ini ada beberapa hal yang harus jadi perhatian. Ketersediaan area parkir sudah tersedia, namun masih harus ditingkatkan kualitasnya agar lebih nyaman dan tidak licin karena sebagian besar masih berupa tanah, dan belum ada yang di aspal.. Fasilitas warung/restoran/kantin (variasi menu, menu layak konsumsi, daya tampung dan harga yang terjangkau) dengan kualitas layanan yang baik

Untuk fasilitas yang lain secara umum sudah baik, namun ada beberapa hal yang masih harus mendapat perhatian yaitu ketersediaan toko souvenir

yang memberi variasi pilihan produk dan harga yang terjangkau. Untuk pusat informasi dan pos petugas keamanan juga masih harus ditingkatkan pelayanannya. Jalan lingkungan terutama jalan masuk dari jalan raya masih harus diperbaiki. Kondisi jalan curam dan belum diaspal, masih berupa jalan cor seadanya yang pada saat hujan ada kemungkinan licin dan rawan kecelakaan. Kebersihan lokasi wisata harus semakin ditingkatkan untuk menambah kenyamanan wisatawan. Petugas pelayanan agar memberi pelayanan terbaik, ramah, responsif, layanan kantin agar ditingkatkan sehingga pengunjung tidak terlalu lama menunggu pesanan makanan. Dalam penelitian ini ancillary atau layanan tambahan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Mulyana dan Gayatri (2021) menyatakan bahwa kondisi *ancillary services* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Dalam hal kemudahan mendapatkan informasi tentang Kawasan Wisata ini baik melalui media elektronik, cetak, media sosial, brosur, dan leaflet responden sebahagian besar responden masih tergolong minim. *Travel agent*/biro wisata yang menawarkan paket wisata ke Kawasan Wisata Bukit Indah Simarjarunjung belum banyak dijumpai. Strategi memasarkan wisata dengan sistem paket di mana dalam satu paket promosi wisata memuat beberapa destinasi wisata yang dapat diakses dari segi jarak dan letak geografis yang tidak terlalu berjauhan. Model promosi seperti ini banyak dilakukan para pelaku wisata di Phuket Thailand dan layak untuk diterapkan di daerah kita. Selanjutnya dalam hal peran dan partisipasi pemerintah dalam pengembangan kawasan wisata ini dapat dilihat mayoritas responden menyatakan setuju bahwa pemerintah memiliki peran dalam pengembangan kawasan wisata ini. Masyarakat juga harus dilibatkan dalam membangun masyarakat sadar wisata, agar turut berperan dalam kelestarian lingkungan serta turut berperan dalam memberi ide kreatif maupun dalam menghasilkan karya dari UMKM yang dapat di pasarkan di kawasan wisata ini.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Untuk menciptakan iklim pariwisata yang terus berupaya meningkatkan kepuasan wisatawan tentu harus di dukung berbagai pihak atau stakeholder baik pengelola, pemerintah, swasta maupun masyarakat. Dalam rangka pengembangan dan pengelolaan kawasan wisata di sekitar Danau Toba khususnya Kawasan Wisata Bukit Indah Simarjarunjung maka upaya peningkatan kepuasan wisatawan yang ditandai dengan tingginya minat kunjungan ulang, loyalitas wisatawan terhadap suatu produk wisata, dan terciptanya rekomendasi terhadap orang lain akibat dari kepuasan tersebut harus menjadi prioritas utama. Maka untuk itu perlu terus menggali potensi pariwisata di Kawasan Bukit Indah Simarjarunjung dan lokasi wisata lainnya yang secara geografis berdekatan maupun berada di jalur yang terkoneksi dengan lokasi ini serta mempromosikannya dalam bentuk paket wisata yang diharapkan mampu meningkatkan dan menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung ke lokasi wisata.

Atraksi wisata merupakan komponen daya tarik yang paling dominan mempengaruhi kepuasan wisatawan. Atraksi wisata terutama pemandangan

alam Danau Toba dan atraksi buatan lainnya merupakan modal utama menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung. Untuk itu pihak pengelola harus terus berupaya melakukan inovasi agar atraksi wisata berupa terutama untuk atraksi buatan berupa wahana, spot foto harus terus di kelola dengan baik. Kenyamanan, keamanan dalam melakukan aktivitas wisata di lokasi ini juga harus menjadi prioritas. Dalam penelitian ini, atraksi, aksesibilitas, amenities, dan ancillary services baik secara parsial maupun secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Karena itu untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan ataupun yang dapat mempengaruhi naik maupun turunnya jumlah kunjungan wisatawan terutama pasca pandemi covid19. Faktor ekonomi atau penghasilan masyarakat, faktor keamanan dan kenyamanan, aspek dukungan sosial kultur masyarakat, bahkan variasi produk wisata yang ditawarkan oleh pelaku wisata dapat menjadi pilihan variabel yang dapat diteliti.

PENELITIAN LANJUTAN

Dari hasil uji dominan diperoleh bahwa atraksi wisata merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Amenitas merupakan variabel yang paling harus mendapat perhatian untuk dipayakan pengembangannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfitriani, Welly, dan Ummasyroh. 2021. Pengaruh Komponen 4A- Kepariwisataan yakni atraksi wisata, aksesibilitas, amenities dan layanan tambahan pada destinasi wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. Politeknik Negeri Sriwijaya. Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis, Vol.1 No.2 April 2021.
- Basiya, R & R. H. A. (2012). Kualitas Daya tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah. Jurnal Dinamika Kepariwisata, Volume XI Nomor 2, p. 1-12. Universitas Stikubank. Semarang
- Damarmaya, D (2015). Analisis Attractions, Accessibilities, Amenities, Ancillary Services dan Penggalan Potensi Pengembangan Kepariwisataan Objek Wisata Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen.[Skripsi]. FEB Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
- Ghozali I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hamzah, F., & Hariyanto, O. I. B. (2015). Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Loyalitas Tamu Menginap di Sumber Alam Resort Garut. Jurnal Pariwisata, 2(2), 89-97.

- Hadjisarosa, P. (1980). Konsep Dasar Pengembangan Wilayah. Bandung: DPU
- Ihshani, D. W. (2005). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Wisata Cangkang Garut, Jawa Barat. IPB (Bogor Agricultural University). Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/11549>
- Inskeep, Edward. 1991. Tourism Planning And Sustainable Development Approach. Van Nostrand Reinblod, New York.
- Kertajaya, H. (2013). Tourism Marketing 3.0. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran, terjemahan Hendra Teguh, edisi Millenium, cetakan pertama (1st ed.). Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Makens, J. C. (1999). Marketing for Hospitality and Tourism, 5/e. Pearson Education India
- Marpaung, H. (2002). Pengetahuan Kepariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Marpaung, R, Purwoko, A dan Hartini, KS. 2016. Analisis Potensi Dan Pengembangan Kawasan Wisata Taman Eden 100 Kecamatan Lumban Julu, Kabupaten Toba Samosir, Sumatera Utara. Jurnal Indoneia One Search. Program Studi Kehutanan USU.
- Mulyana, A dan Gayatri, IAM. 2021. Pengaruh Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. Jurnal Ekombis Review. Vol. 10 No. 1 Januari 2022 page: 25 - 36 |
- Palitati, A. (2007). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan.
- Pendit, Nyoman S. 1999. Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana. PT. Bumi Angkasa: Jakarta
- Pitana, I Gde & I Ketut Surya Diarta 2009, Pengantar Ilmu Pariwisata, Andi, Yogyakarta.
- Priyanto, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Saung Angklung Udjo. Jurnal Pariwisata, 3(1), 29-40.
- Qudratullah MF. 2012. Analisis Regresi Terapan: Teori, Contoh Kasus, dan Aplikasi dengan SPSS. Penerbit Andi. Yogyakarta.

- Setyanto, I., & E. P. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 72 No 1, 157-167.
- Siregar, RS, Wiranegara, HW, dan Hermantoro, H. 2018. Pengembangan Kawasan Pariwisata Danau Toba Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Tata Loka*. Volume 20 Nomor 2, Mei 2018, 100-102.
- Sugiyono. (2012, 2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, 2011. Perbedaan Pandangan Skala Likert Sebagai Skala Ordinal atau Skala Interval. *Prosiding Seminar Nasional Statistika Uneversitas Diponegoro 2011*. ISBN: 978-979-097-142-4, F.MIPA UNDIP.
- Sutiksno, DU , dan Revida, E.2020. *Tourism Marketing*. Yayasan Kita Menulis
- UNWTO, 2004. *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*, UNWTO & EC, 2013. *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. First Edition. UNWTO Madrid (Spain)
- Wahab, Salah (1996). *Menajemen Kepariwisata*. PT. Pradnya Paramita, Jakarta
- Wardani & Nasution, 2016. *Kontribusi Pengembangan Pariwisata Danau Toba Melalui Skema BOP (Badan Otorita Pariwisata) Bagi Masyarakat Di Sekitar Danau Toba*
- Weaver, D., 2006. *Sustainable Tourism: Theory and Practice First Publ.*, 30 Corporate Drive, Burlington, MA 01803: Elsevier Butterworth-Heinemann. Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP.
- Wistaria, (2018). *Kajian Daya Dukung Lingkungan Taman Keanekaragaman Hayati Hutan Pelawan untuk Pengembangan Ekowisata di Desa Namang Kecamatan Namang Kabupaten Bangka Tengah*. [Tesis]. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yoeti, A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya