

# PENGARUH ATRIBUT TUJUAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN: STUDI PADA WALKING TOURISM

Filda Rahmiati<sup>1</sup>, Ahmad Nur Dani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> President University, filda.rahmiati@president.ac.id, ahmad.nur.dani@gmail.com

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas Atribut Tujuan (Aksesibilitas, Atraksi, Fasilitas, Kegiatan, Paket yang Tersedia, Layanan Tambahan) mempengaruhi kepuasan wisatawan pada *Walking Tourism* atau disebut juga dengan berwisata dengan berjalan kaki. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan sampling non probabilitas dengan *purposive* sampling. Kuisisioner yang terdiri dari 38 pertanyaan dengan skala likert dibagikan kepada 319 responden. Hasil ini menegaskan bahwa Daya Tarik, Kegiatan, dan Fasilitas memiliki pengaruh signifikan parsial terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa semua atribut tujuan (Aksesibilitas, Daya Tarik, Fasilitas, Kegiatan, Paket yang Tersedia, dan layanan tambahan) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan wisatawan pada *Walking Tourism*. Penelitian ini hanya fokus pada satu tujuan wisata yang merupakan tujuan wisata dengan berjalan kaki (*Walking Tourism*). *Walking tourism* tidak terbatas pada pengembangan pariwisata juga berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat dan mendukung ekonomi pedesaan setempat.

**Kata Kunci:** Atribut Tujuan, Kepuasan Wisatawan, *Walking Tourism*.

## ABSTRACT

*This research was conducted to determine how the quality of Destination Attributes (Accessibility, Attractions, Amenities, Activities, Available Packages, Ancillary Services) influences on tourist satisfaction on Walking Tourism. This research used a quantitative research method and Non-probability sampling with purposive sampling. Questionnaires consisting of 38 questions with the Likert scale was distributed to 319 respondents. The result affirmed that Attraction, Activities, and Amenities have a partial significant influence towards tourist satisfaction in Dieng Plateau. This study also showed that all destination attributes (Accessibility, Attractions, Amenities, Activities, Available Packages and Ancillary services) have simultaneously significant influence towards tourist satisfaction on Walking Tourism of Dieng Plateau. This research only focuses on one tourism destination represent walking tourism destination. Walking tourism are not limited to tourism development also contributes to improving the quality of life of communities and support the local rural economy.*

**Keywords:** Destination Attributes, Tourist Satisfaction, *Walking Tourism*

## PENDAHULUAN

Pariwisata pada saat ini menjadi tren gaya hidup baru baik bagi wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal untuk melepas sejenak rutinas kesibukan sehari-hari (Renold, et

al., 2020). Pariwisata memberikan banyak dampak positif seperti mendorong perekonomian juga memberdayakan masyarakat seperti terbukanya lapangan pekerjaan dan meningkatnya kesempatan berusaha

(Hamzah, et al., 2018). Industri pariwisata Indonesia berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan memengaruhi pendapatan valuta asing yang lebih tinggi. Selain itu, peluang kerja di Indonesia hampir 9% dari total populasi bekerja di industri pariwisata (Investasi Indonesia, 2016). Berkenaan dengan kontribusi pendapatan wisatawan lokal, nilai total transaksi wisatawan lokal adalah 41,32% dari total nilai pendapatan pariwisata di tahun 2014-2017 tumbuh dengan mantap (Kementerian Pariwisata Indonesia, 2018).

Lebih jauh, pariwisata juga merupakan salah satu kontribusi utama dalam pengembangan masyarakat lokal. Dalam perjalanan melalui *Walking Tourism* atau disebut juga dengan wisata dengan jalan kaki (berjalan) adalah salah satu kegiatan terkenal oleh wisatawan ketika bepergian (Hall, Ram, & Shoval, 2018). Meningkatkan partisipasi dalam berjalan meningkatkan peluang untuk interaksi antara masyarakat sekitar dan wisatawan yang dapat mengarah pada kepuasan pengunjung yang lebih tinggi dan penyambutan dari masyarakat sekitar yang lebih baik (Kementerian Keuangan Indonesia, 2016; *World Tourism Organization*, 2019).

Daya tarik ini dapat mendukung pertumbuhan dari sektor pariwisata di wilayah tersebut, yang dapat memiliki dampak yang baik bagi wilayah tersebut, seperti: pembangunan ekonomi dan kemakmuran di masyarakat (Zebua, 2018). Industri pariwisata dapat mendukung upaya pelestarian alam, keanekaragaman hayati dan, penyediaan barang yang mendukung sektor pariwisata. Maka dari itu pengelolaan kepariwisataan pada satu wilayah memerlukan sinergi dari berbagai pihak secara terpadu untuk tercapainya optimalisasi aset kepariwisataan (Renold, et al., 2020).

Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk menganalisis wisata berjalan (*Walking Tourism*) di salah satu kegiatan *hiking* terkenal, Dieng Plateu. Dataran Tinggi Dieng terletak di daerah

pegunungan yang memiliki objek wisata alam, khususnya puncak gunung, danau, kawah, tempat wisata sejarah dan budaya yang menarik wisatawan untuk dikunjungi (Zebua, 2018). Selain itu, Dataran Tinggi Dieng memiliki gunung Prau yang disebut "puncak seribu bukit" di pagi hari, menciptakan momen menyenangkan bagi wisatawan untuk melihat keindahan *Golden Sunrise*.

Namun, Dataran Tinggi Dieng masih menghadapi banyak tantangan sebagai tujuan wisata. Dilaporkan bahwa turis berkunjung dalam masa tinggal singkat. Aksesibilitas belum mampu memenuhi persyaratan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Pariwisata menyebutkan bahwa untuk membuat objek wisata yang diminati wisatawan untuk dikunjungi, tempat wisata harus memiliki daya tarik sendiri. Jika objek wisata ini tidak dikelola dengan baik, aktivitasnya juga akan terkena dampaknya karena objek wisata dan aktivitasnya sangat terkait (Kementerian Pariwisata Indonesia, 1990).

Ada beberapa masalah yang dihadapi oleh Dieng sebagai tujuan wisata, seperti fasilitas juga fasilitas pendukung yang masih terbatas (Mansur, 2017) seperti akomodasi (Syahriyah, 2013) tidak ada pos keamanan di sekitar Dataran Tinggi Dieng yang berarti fasilitas keselamatan belum mendukung. Dari segi kebersihan lingkungan di sekitar objek wisata kurang diperhatikan (Nugraha, 2013). Lebih lanjut, Hidayati (2014) mengatakan pembangunan lebih pada aspek fisik, namun, ekonomi, sosial dan budaya tertinggal. Di sisi kelembagaan, kurang sinergis karena pendekatannya cenderung sektoral.

Masalah yang disebutkan di bawah Atribut Destinasi, dimana Atribut Destinasi adalah layanan keseluruhan yang diperoleh dan dinikmati oleh wisatawan dari mereka meninggalkan rumah mereka ke tujuan sampai mencapai rumah mereka kembali (Suwanto, 2004). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis kepuasan wisatawan domestik tentang *Walking Tourism* di Dataran Tinggi Dieng berdasarkan pada Atribut destinasi yaitu: Daya Tarik, Aksesibilitas, Fasilitas, Kegiatan, Paket yang Tersedia, dan Layanan Tambahan).

### KAJIAN LITERATUR

#### *Walking Tourism*

*Walking tourism* atau wisata berjalan dapat dianggap sebagai pariwisata olahraga dalam bentuk aktivitas fisik seperti olahraga dan juga rekreasi (Ram & Hall, 2018) atau rekreasi berjalan sebagai tujuan utama kunjungan, pengalaman komunitas, juga solusi ramah lingkungan (Giovenco, Cantis, & Parroco, 2018). Dibandingkan dengan jenis pariwisata lainnya dalam pariwisata, perjalanan wisata hanya memerlukan investasi sederhana (tidak diperlukan pembangunan fasilitas khusus) untuk membuatnya cukup menarik. Karena itu, wisata berjalan relatif mudah untuk pengembangan destinasi. Ini dapat dimasukkan dalam pengalaman lokal, yang berarti bahwa setiap produk dari produk pariwisata dapat memiliki poin penjualan yang unik.

Untuk tujuan perjalanan, ini bisa menjadi penawaran wisata tambahan untuk membantu pengunjung menjelajahi tempat, menghabiskan lebih banyak, dan tinggal lebih lama. Untuk destinasi perjalanan yang sedang naik atau turun, ini bisa menjadi daya tarik utama. Manfaat wisata berjalan tidak terbatas pada pengembangan pariwisata. Ini berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, karena mereka dapat berkembang sebagai produk pariwisata berbasis masyarakat dan mendukung ekonomi pedesaan setempat. Jika dikelola dengan benar, ini dapat membantu menjaga lingkungan alam dan budaya dan meningkatkan pemahaman pengunjung dan penduduk ini (*World Tourism Organization*, 2019).

Wisata berjalan di suatu tujuan diukur melalui aksesibilitas, konektivitas, kenyamanan, keamanan, daya tarik, dan kesenangan (Mansouri &

Ujang, 2016; Ujang & Muslim, 2014) yang memaksimalkan kepuasan pariwisata (Giovenco et al., 2018; Ujang & Muslim, 2014). Selain itu, studi Choi et al., (2017) menekankan bahwa belajar tentang wisata berjalan penting untuk melihat ke dalam masalah keselamatan karena sebagian besar studi hanya menyangkut informasi wisata. Berdasarkan hal tersebut di atas, maka penelitian ini akan menggunakan destinasi Atribut Destinasi pada kepuasan wisatawan dalam mempelajari wisata berjalan.

#### **Kepuasan Turis**

Di sektor jasa, kepuasan adalah evaluasi tipe sikap (Gallarza, Ruiz-Molina, & Gil-Saura, 2016). Khususnya di bidang perhotelan dan pariwisata, kepuasan pelanggan telah menjadi tantangan karena sikap, persepsi, kepribadian, dan toleransi ambiguitas pelanggan mungkin berbeda dari orang ke orang (Barutcu, Dogan, & Ungurren, 2011; Gnanapala, 2015). Kepuasan, karenanya, membantu menciptakan, mengembangkan, dan mempertahankan publisitas yang baik dan niat baik tentang tujuan wisata untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Selanjutnya, mengukur kepuasan wisatawan adalah analisis kritis untuk menyatukan informasi mengenai penilaian wisatawan tentang suatu destinasi. (Palacios-Marques et al., 2016). Lebih lanjut, Aliman et al. (2014) menyebutkan kepuasan wisatawan itu sendiri dapat diukur melalui indikator: menikmati kunjungan, puas dengan keputusan untuk berkunjung, senang tujuan, perasaan puas, kebutuhan akan pengalaman, kebijaksanaan dalam memilih perjalanan, kunjungan yang menyenangkan, kunjungan yang melebihi harapan, perbandingan tujuan.

Yuksel et al. (2010) mengukur kepuasan dengan tiga item, pertama menyangkut apakah wisatawan puas atau tidak dengan keputusan mereka untuk mengunjungi destinasi wisata, yang kedua adalah keyakinan bahwa memilih destinasi terkait adalah hal yang benar, dan tingkat kepuasan keseluruhan

ketiga selama kunjungan ke tujuan wisata yang digunakan penelitian ini untuk indikator Kepuasan Wisatawan.

### **Atribut Destinasi**

Buhalis (2000) menunjukkan bahwa tujuan terdiri dari inti dari beberapa komponen. Dia mengelompokkan komponen-komponen ini ke dalam enam atribut yaitu Aksesibilitas, Daya Tarik, Fasilitas, Kegiatan, Paket Wisata, dan Layanan Tambahan.

Aksesibilitas adalah faktor yang sangat penting karena merupakan sarana yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk mencapai daerah objek wisata tersebut. Aksesibilitas memudahkan wisatawan untuk mencapai tujuan, termasuk kondisi jalan yang baik, kenyamanan transportasi umum di sekitar objek wisata, jarak yang mudah diakses, ketersediaan arus listrik atau penerangan jalan, dan adanya papan tanda jalan menuju objek wisata.

Memahami aksesibilitas menurut Wardhani (2008) mudah untuk dikunjungi dan memiliki jalur kendaraan yang dapat dilewati, lokasi wisata yang layak, aman, nyaman, dan dapat dijangkau atau diambil oleh wisatawan secara individu atau berkelompok dan sarana pendukung transportasi seperti kelayakan dan kenyamanan jalan menuju lokasi. Penelitian ini menggunakan Jaringan transportasi, jarak dari kota besar terdekat, frekuensi dan tingkat, masalah polusi, kapasitas jalan, kualitas jalan, penerangan jalan dan papan lokasi sebagai indikator (Darsono, 2013).

Objek wisata atau daya tarik adalah objek atau tempat wisata yang dimiliki oleh suatu lokasi. Ada tiga objek wisata yang menarik kedatangan wisatawan, yaitu potensi alam, budaya pariwisata, dan wisata buatan. Seperti dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 menyatakan objek wisata adalah segala sesuatu yang unik, indah dan bernilai, dalam bentuk hasil alam, budaya dan buatan manusia yang merupakan target atau tujuan manusia. Dalam buku yang

diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia (2011) atraksi bisa berupa seni pertunjukan, rekreasi, atau menghadirkan paket budaya lokal yang khas dan dilestarikan. Atraksi juga bisa dalam bentuk kegiatan sehari-hari keseluruhan penduduk setempat bersama dengan pengaturan fisik yang mungkin lokasi desa integrasi wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti belajar tari, bahasa, batik, memainkan alat musik tradisional, membajak ladang, menanam padi, melihat kegiatan budaya masyarakat setempat, dan lainnya. Ketertarikan adalah komponen yang sangat vital. Karena itu, tempat wisata harus memiliki keunikan yang dapat menarik wisatawan. membangun indikator yang: Flora dan fauna dan Wisata Alam yang digunakan dalam penelitian ini.

Fasilitas adalah fasilitas yang menunjang kegiatan pariwisata di destinasi wisata seperti bisnis akomodasi atau penginapan, restoran atau bisnis makanan dan minuman, serta fasilitas publik seperti toilet, toko cinderamata, dan lainnya (Aimah, 2016). Mayasari & Budiono (2017) menambahkan fasilitas dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi wisatawan selama mereka tinggal melakukan tur di tujuan wisata. Berbagai ketersediaan fasilitas yang diperlukan akan membuat wisatawan merasa nyaman sehingga lebih banyak wisatawan akan berkunjung. Kemudian penelitian ini menggunakan indikator oleh Darsono (2013), yaitu: Pemandu wisata, toko kerajinan, toilet umum, Akomodasi, Restoran.

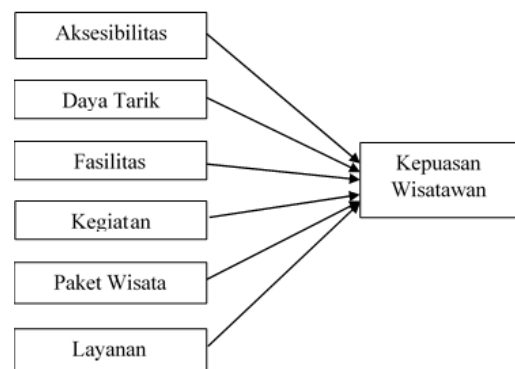
Kegiatan yang terkait dengan semua kegiatan tersedia di daerah tujuan wisata dan apa yang dapat dilakukan wisatawan selama kunjungan mereka. Kegiatan ini mencakup semua kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan ke objek wisata yang ditawarkan oleh tujuan wisata dan kegiatan yang hanya melihat-lihat. ketersediaan berbagai kegiatan (Bowen & Schouten, 2008) dapat menjamin kepuasan wisatawan. Studi lain yang dilakukan oleh Christian et al. (2011) menyebutkan bahwa

kegiatan lokal mewakili produk pariwisata dan aset alam tujuan. Untuk wisata alam, kegiatannya mungkin termasuk tamasya pegunungan, sedangkan, untuk wisata belanja, kegiatannya mungkin mengunjungi mal lokal dan pasar tradisional. Darsono (2013) menyebutkan indikator untuk kegiatan yang adalah: Kegiatan wisata dan kegiatan melihat-lihat dan itulah yang digunakan penelitian ini untuk variabel Kegiatan.

Menurut Lubis (2011), paket wisata adalah rencana wisata yang diatur secara tetap dengan biaya yang ditentukan dalam paket wisata, mulai dari biaya penginapan, transportasi, wisata keliling dan konsumsi. Harga paket wisata selalu berubah sesuai dengan keinginan perusahaan yang akan mendapatkan manfaat yang memadai oleh karena itu, paket wisata sangat tergantung pada ekonomi suatu negara. Paket yang tersedia terkait dengan berbagai paket yang sebelumnya telah diatur oleh penyedia layanan atau perantara. Paket-paket ini dapat berupa paket menginap selama dua hari dua malam dengan fasilitas dan kegiatan pendukung seperti latihan tari, penanaman padi, dan lainnya (Aimah, 2016). Penelitian ini menggunakan indikator dari Darsono (2013) mendefinisikan Paket yang Tersedia menjadi beberapa indikator menjadi dua yaitu Paket Wisata ke Tujuan dan Paket Wisata di Tujuan.

Layanan tambahan adalah layanan sekunder yang mendukung fasilitas dan merupakan fasilitas penting untuk keberhasilan operasi semua pariwisata bisnis. layanan tambahan yaitu organisasi pariwisata yang diperlukan untuk layanan wisata seperti organisasi manajemen pemasaran pariwisata (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill, 2008). Layanan tambahan dapat mendukung kegiatan pariwisata seperti keberadaan kelompok sadar pariwisata atau lembaga swasta untuk mengelola pengembangan pariwisata di tujuan wisata, TIC (Tourist Information Centre) yang menyediakan

informasi kepada wisatawan dalam bentuk brosur, buku, peta, dll. serta pemandu wisata yang kompeten di bidangnya dan menguasai atraksi tempat ia bekerja. Layanan tambahan, yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos keamanan, rumah sakit, dan sebagainya. Untuk penelitian ini menggunakan indikator oleh Darsono (2013) yang mendefinisikan layanan tambahan menjadi 3 fasilitas yaitu: Fasilitas keamanan, fasilitas telekomunikasi dan fasilitas kesehatan.



**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

Sumber: Darsono (2013)

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah teknik penelitian kuantitatif dengan mencari data tentang indikasi saat ini, dengan jelas menandai tujuan yang harus dicapai, merencanakan bagaimana cara mendekati, mengumpulkan informasi sebagai bahan untuk membuat laporan untuk mengukur Aksesibilitas, Daya Tarik, Fasilitas, Kegiatan, Paket Wisata, dan Layanan Tambahan Kepada Kepuasan Wisatawan. Populasi untuk penelitian ini menggunakan wisatawan lokal yang mengunjungi Dataran Tinggi Dieng, Wonosobo, Jawa Tengah selama satu tahun terakhir.

*Non-probability sampling* dengan *purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini. Sampel minimum untuk penelitian ini berdasarkan Ferdinand (2002) adalah 190 sampel. Selama pengumpulan data, penelitian ini mampu mengumpulkan 319 sampel responden. Teknik pengumpulan data



untuk penelitian ini menggunakan data primer kuesioner yang terdiri dari 38 pertanyaan dengan skala lima likert sebagai alat untuk mengukur tingkat kesepakatan. Desain kuesioner dengan variabel dan indikator. Untuk variabel independen, penelitian ini diadopsi dari Buhalis (2000) dan untuk variabel dependen, kepuasan wisatawan, diadopsi dari Yuksel et al. (2010).

Analisis data untuk penelitian ini dilakukan dengan melakukan pre-test untuk memeriksa validitas dan reliabilitas kuesioner yang dibangun. Mengikuti dengan uji analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi syarat analisis regresi linier. Ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi agar kesimpulan dari hasil tes tidak bias, seperti uji normalitas, uji multikolinieritas (untuk regresi linier berganda) dan uji heteroskedastisitas. Setelah data lolos uji asumsi klasik, maka uji hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan uji-t dan uji-f. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada tingkat signifikan, yaitu 5% atau 0,05. Penelitian ini akan menggunakan SPSS 21.0 untuk menguji analisis. Model persamaan Regresi Berganda untuk penelitian ini:

$$\begin{aligned} \text{Kepuasan Wisatawan} = & \beta_0 + \beta_1 \text{Aksesibilitas} + \beta_2 \text{Daya Tarik} + \\ & \beta_3 \text{Fasilitas} + \beta_4 \text{Kegiatan} + \beta_5 \text{Paket} \\ & \text{Wisata} + \beta_6 \text{Layanan Tambahan} + \varepsilon \end{aligned}$$

## PEMBAHASAN

### Hasil

Tabel 1 di bawah ini menyajikan hasil pra-tes dari total 38 item dalam kuesioner dengan mengukur validitas dan reliabilitas tes. Penelitian ini menggunakan 30 responden pada pre-test. Item yang dipanggil valid saat<sup>dihitung</sup> lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$ . Untuk penelitian ini,  $r_{\text{tabel}}$  adalah 0,361. Untuk reliabilitas, Ghozali (2013) menyatakan jika Cronbach Alpha (CA) bernilai > 0,70

sehingga variabel tersebut dapat diandalkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item dalam kuesioner valid dan variabel juga dapat diandalkan. Selanjutnya, tes asumsi klasik ditunjukkan di bawah ini.

**Tabel 1. Hasil Pre-test**

Kode	R	CA	Keputusan
ACC 1	0,695		VALID
ACC 2	0,737		VALID
ACC 3	0,741		VALID
ACC 4	0,631		VALID
ACC 5	0,803	0,853	VALID Handal
ACC 6	0,794		VALID
ACC 7	0,594		VALID
ACC 8	0,801		VALID
ATT1	0,736		VALID
ATT2	0,938		VALID
ATT3	0,940	0,821	VALID Handal
ATT4	0,867		VALID
ATT5	0,959		VALID
AMN1	0,734		VALID
AMN2	0,822		VALID
AMN3	0,891		VALID
AMN4	0,666		VALID
AMN5	0,746	0,871	VALID Handal
AMN6	0,851		VALID
AMN7	0,817		VALID
AMN8	0,864		VALID
ACT1	0,935		VALID
ACT2	0,937		VALID
ACT3	0,936	0,879	VALID Handal
ACT4	0,749		VALID
AVLP.P1	0,853		VALID
AVLP.P2	0,797		VALID
AVLP.P3	0,890	0,930	VALID Handal
AVLP.P4	0,867		VALID
AVLP.P5	0,695		VALID
ACL.S1	0,846		VALID
ACL.S2	0,886		VALID
ACL.S3	0,866	0,788	VALID Handal
ACL.S4	0,861		VALID
ACL.S5	0,814		Valid
TS1	0,934		VALID
TS2	0,953	0,872	VALID Handal
TS3	0,941		VALID

Sumber: Hasil Olah Data (2019)

Uji asumsi klasik dilakukan dengan menguji uji normalitas, uji multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Studi ini menunjukkan bahwa lonceng berbentuk terdistribusi, yang menyatakan bahwa model regresi selama analisis ini memenuhi gagasan normalitas. Untuk multikolinieritas, tes hasil, semua variabel independen menunjukkan bahwa semua nilai VIF lebih besar dari 1 dan kurang dari 10. Terakhir, Scatterplot menunjukkan bahwa plot tidak terbentuk secara tepat dan plot berada dalam pola penyebaran yang cukup mengindikasikan bahwa ada tidak

ada gangguan atau heteroskedastisitas dari masing-masing variabel model regresi. Langkah selanjutnya adalah persamaan regresi berganda berdasarkan Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Berganda**

Model	Koefisien Unstandardized			
	B	Std. error	t	Sig.
(Constant)	-,195	0,148	-1,31	0,18
Aksesibilitas	0,049	0,049	0,99	0,32
Daya Tarik	0,416	0,060	6,94	0,00
Fasilitas	0,120	0,060	2,00	0,04
Kegiatan	0,370	0,059	6,23	0,00
Paket Wisata	0,095	0,050	1,92	0,05
Layanan Tambahan	0,014	0,052	0,27	0,78

Sumber: Hasil Olah Data (2019)

Berdasarkan Tabel 2 hasil Multiple Analisis regresi, model persamaan dapat ditulis sebagai:

**Kepuasan wisatawan =**  
 $-,195 + ,049 \text{ Aksesibilitas} + ,416 \text{ Daya Tarik} + ,120 \text{ Fasilitas} + ,370 \text{ Kegiatan} + ,095 \text{ Paket Wisata} + ,014 \text{ Layanan Tambahan}$ .

Hasil regresi untuk menjawab hipotesis disajikan pada Tabel 2. Tabel 2 menunjukkan hasil t-tabel untuk uji signifikansi individu di mana tes ini menunjukkan sejauh mana pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil, hipotesis dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 akan diterima. Dengan demikian, hipotesis 2,3, dan 4 diterima, sedangkan hipotesis 1, 5, dan 6 ditolak.

Untuk menentukan pengaruh simultan dari semua tujuan atribut pada wisatawan domestik Kepuasan terhadap wisata jalan kaki di dataran tinggi Dieng, Uji F ditunjukkan pada Table 3.

**Tabel 3: Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	157,060	6	26,177	163,445	,000
Residual	49,969	312	,160		
Total	207,029	318			

Sumber: Hasil Olah Data (2019)

Uji-f menunjukan bahwa nilai F sebesar 163,445 dengan Sig. ,000. Ini menunjukkan bahwa semua variabel

dalam Atribut Destinasi memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan domestik pada wisata jalan kaki di dataran tinggi Dieng. Dengan demikian Hipotesis 7 diterima.

**Diskusi**

Hipotesis pertama ditolak karena hasilnya menunjukkan bahwa tingkat signifikan lebih tinggi dari 0,05. Hasil ini mirip dengan penelitian dari Meng et al. (2008) bahwa Aksesibilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan. Hal ini juga sejalan dengan kondisi nyata Dataran Tinggi Dieng sehingga Aksesibilitas destinasi wisata belum terkelola dengan baik. Sementara itu, hasil untuk hipotesis kedua ditemukan diterima. Ditemukan bahwa objek wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Berdasarkan hasil dari SPSS Software, nilai signifikan 0,000 yang kurang dari 0,05. Hasil ini didukung oleh Kirom & Adi Putra (2018) menunjukkan bahwa Daya Tarik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Terbukti bahwa Dataran Tinggi Dieng memiliki pemandangan yang indah sebagai daya tariknya, seperti: Bukit Sikunit, Telaga Warna, Candi Dieng juga Gunung Prau.

Nilai signifikan Fasilitas adalah 0,042 yang lebih rendah dari  $\alpha$  (0,05) berarti Fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, hipotesis ketiga diterima. Studi tentang Nurcahyo et al. (2017) memiliki hasil yang serupa. Dataran Tinggi Dieng memiliki beragam fasilitas yang didukung oleh masyarakat sekitar untuk memberikan fasilitas yang memadai untuk wisatawan seperti restoran atau *homestay* di sekitar Dataran Tinggi Dieng. Hasil uji-t untuk Kegiatan menemukan bahwa tingkat signifikan adalah 0,046 yang lebih rendah dari  $\alpha$  (0,05). Ini berarti Kegiatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, hipotesis 4 diterima memiliki hasil yang serupa dengan Wu & Zheng (2014). Jelas bahwa Dataran Tinggi

Dieng terbukti sebagai wisata berjalan (*Walking Tourism*) karena para wisatawan datang untuk menantang fisik mereka seperti hiking dan menikmati keindahan Dataran Tinggi Dieng.

Nilai signifikan Paket Wisata adalah 0,055, yang sedikit lebih tinggi dari  $\alpha$  (0,05); disimpulkan bahwa Paket Wisata yang Tersedia tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, sehingga hipotesis 5 ditolak. Hasil ini didukung bahwa mayoritas responden untuk penelitian ini adalah wisatawan domestik yang sebagian besar dari mereka belum tentu membeli paket wisata. Terakhir, untuk Layanan Tambahan, nilai signifikansi adalah 0,786, yang lebih tinggi dari  $\alpha$  (0,05) berarti bahwa Layanan Tambahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, hipotesis 6 ditolak. Di beberapa daerah Dataran Tinggi Dieng belum selesai dalam hal Keamanan, Telekomunikasi dan Kesehatan. Studi ini memperkuat hasil Zebua, (2018) untuk fasilitas keselamatan, seperti tidak ada pos keamanan dan untuk jaringan telekomunikasi hanya memiliki 2 penyedia yang menyediakan sinyal standar (3g / 4g). Untuk pengaruh simultan, tingkat signifikan pada uji-f adalah 0,000, ini menunjukkan bahwa semua variabel Atribut Destinasi (Aksesibilitas, Daya Tarik, Fasilitas, Aktivitas, paket yang tersedia, dan layanan tambahan) memiliki pengaruh simultan dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil ini mendukung Darsono (2013) bahwa semua destinasi atribut mempengaruhi kepuasan wisatawan.

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 3 variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan terhadap wisata berjalan (*Walking Tourism*) Dieng Plateau, Wonosobo, Jawa Tengah yaitu Objek Wisata, Fasilitas, dan Aktivitas. Dengan demikian, pemerintah khususnya pemerintah daerah Wonosobo harus

memelihara dan mengevaluasi fasilitas, menciptakan inovasi destinasi di Dataran Tinggi Dieng terutama objek wisata dan kegiatan. Pemerintah Daerah harus melihat dan mencontoh destinasi lain untuk meningkatkan kinerja atraksi dan kegiatan. Misalnya, destinasi di Scotland Highland, bahwa mereka benar-benar inovatif dan berkembang pesat dalam mengelola dataran tinggi yang menjadi salah satu pengunjung terbanyak pada 2019 (BBC-News, 2018).

Disarankan oleh Sumar'in et al. (2017) dan (Hamzah et. al., 2018). untuk mendorong pengembangan tujuan wisata, promosi besar-besaran, bimbingan kepada masyarakat untuk meningkatkan fasilitas pendukung, manajemen professional (pendampingan, pemberdayaan, dan pelatihan untuk masyarakat sekitar) adalah beberapa hal yang harus dilakukan dalam mendorong pengembangan pariwisata. Selain itu, kelestarian lingkungan juga harus menjadi pertimbangan, karena wisata berjalan adalah cara wisatawan menikmati pemandangan dan keindahan tujuan.

Selain itu, penelitian ini juga dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan pengukuran variabel yang berbeda, seperti Gambaran Destinasi (*Destination Image*) untuk melihat dari perspektif orang lain. Studi tambahan tentang kepuasan wisatawan juga dapat ditambahkan dengan niat mengunjungi kembali atau loyalitas untuk melihat kecenderungan wisatawan yang ada cenderung mengunjungi lagi di masa depan. Selain dari itu, objek penelitian mungkin berada di sisi yang berbeda pada penyedia pariwisata. Karena tujuan utama wisata berjalan kaki adalah mengembangkan perekonomian masyarakat setempat. Meneliti langsung pada komunitas lokal, pengembangan lokal akan menjadi keuntungan.

### **REFERENSI**

Aimah, HU (2016). Atribut Destinasi Wisata (Aksesibilitas, Daya



- Tarik, Fasilitas, Kegiatan, Paket yang Tersedia, dan layanan tambahan) Yang Ditawarkan Desa Wisata Pentingsari Kabupaten Sleman, 1–51.
- Aliman, NK, Hashim, SM, Wahid, SDM, & Haridun, S. (2014). Ekspektasi Wisatawan, Kualitas Persepsi, dan Tujuan Gambar: Efek pada Nilai Persepsi dan Kepuasan Wisatawan yang berkunjung ke Pulau Langkawi, Malaysia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Asia*, 02(03), 212–222.
- Barutcu, S., Dogan, H., & Unguren, E. (2011). Persepsi wisatawan dan kepuasan berbelanja di wilayah Alanya: Analisis komparatif dari berbagai negara. *Procedia - Ilmu Sosial dan Perilaku*, 24, 1049-1059. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.101>
- BBC-News. (2018, 23 Oktober). Dataran tinggi dan Kepulauan di daftar Lonely Planet "Best in Travel". Diperoleh dari <https://www.bbc.com/news/uk-scotland-highlands-islands-45940644>
- Bowen, D., & Schouten, AF (2008). Kepuasan wisatawan dan yond: turis migran di Mallorca. *International Journal of Tourism Research*, 10(2), 141–153.
- Buhalis, D. (2000). Pemasaran Destinasi kompetitif di masa depan. *Manajemen Pariwisata*, 21, 97-116.
- Biro Pusat Statistik Indonesia. (2018). *Statistik Indonesia Tahun 2018*.
- Choi, S.-J., Ham, J.-Y., & Koo, C.-M. (2017). Mengembangkan dan Menerapkan Kerangka Kerja untuk Keselamatan dalam Wisata Berjalan Domestik. *Jurnal Sistem Informasi*, 26 (3), 247-271.
- Christian, M., Fernandez-Stark, K., Ahmed, G., & Gereffi, G. (2011). Rantai Nilai Global Pariwisata: Peningkatan Ekonomi dan Pengembangan Tenaga Kerja. Pusat Globalisasi, Tata Kelola & Daya Saing (CGGC). <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4327.7284>
- Coban, S. (2012). Pengaruh Gambar Destinasi pada Kepuasan Wisatawan dan Loyalitas. Kasus Kapadokia. *Jurnal Ilmu Sosial Eropa*, 29(2), 222-232.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Pariwisata: Prinsip dan Praktek* (Edisi ke-4). Harlow, Inggris Raya: Pearson Education.
- Darsono, R. (2013). Pengaruh Kualitas Daya tarik Wisata Terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan Waduk Jatiluhur Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 05(01), 14-22.
- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gallarza, MG, Ruiz-Molina, ME, & Gil-Saura, I. (2016). Memperluas rantai nilai-kepuasan-loyalitas dengan menambahkan dimensi nilai dan kepuasan kognitif dan afektif: Model sebab-akibat untuk ritel. *Keputusan Manajemen*, 54 (4), 981-1003. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2015-0323>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM dan SPSS. In aplikasi analisis multivariat dengan program ibm spss 19*.
- Giovenco, S., Cantis, S. De, & Parroco, AM (2018). Wisata jalan kaki di tujuan perkotaan: beberapa hasil awal dari survei di Malaga dengan teknologi berbasis gps. Dalam Konferensi Internasional Pariwisata Kepulauan 10.
- Gnanapala, WKA (2015). Persepsi dan Kepuasan Turis: Implikasi untuk

- Manajemen Destinasi. *American Journal of Marketing Research*, 1 (1), 7-19.
- Hall, CM, Ram, Y., & Shoal, N. (2018). *The Routledge International Handbook of Walking*. Abingdon: Routledge.
- Hamza, F., Hermawan, H., & Wigati (2018). Evaluasi Dampak Pariwisata Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 5(3), 195-202.
- Hidayati, EW (2014). Kinerja Tim Kerja Pemulihan Dieng dalam Pelaksanaan Program Pemulihan Dieng DI Kawasan Dataran Tinggi Dieng, 3.
- Indonesia Investment. (2016). *Industri Pariwisata Indonesia*.
- Indonesia Ministry of Finance. (2016). Kementerian Keuangan. Retrieved April 10, 2018, from <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers-lama/menangkan-whata-world-halal-tourism-award-untuk-pariwisata-ind>
- Kirom, NR, & Adi Putra, IWJ (2018). The Influence of Tourist Attractions Towards the Tourists' Satisfaction. In *KnE Social Sciences* (pp. 270–288). <https://doi.org/10.18502/kss.v3i3.1889>
- Lubis, A. (2011). *Upaya PT. Mutiara Holidays Medan Mempromosikan Objek Wisata Di Sumatera Utara Melalui Penjualan Paket Wisata*. Universitas Sumatera Utara. Retrieved from <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/30546/ChapterII.pdf?sequence=3&isAllowed=y>, Universitas Sumtra Utara, Medan
- Mansur, A. (2017). Pemerintah Diminta Tuntaskan Kendala Wisata Dieng | *Republika Online*.
- Mansouri, M., & Ujang, N. (2016). Tourist' expectation and satisfaction towards pedestrian networks in the historical district of Kuala Lumpur, Malaysia. *Asian Geographer*, 33(1), 35–55.
- Mayasari, W. ., & Budiatmo, A. (2017). Pengaruh Atribut Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Taman Margasatwa Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Meng, F., Tepanon, Y., & Uysal, M. (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 41–56. <https://doi.org/10.1177/1356766707084218>
- Ministry of Tourism Indonesia. (1990). RI Law UU 9/1990, *Kepariwisataan, 1990*.
- Ministry of Tourism Indonesia. (2011). *Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor KM.18/HM.001/MKP/2011 Tentang Pedoman Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata*. Retrieved from <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDP T/article/view/262/626>
- Ministry of Tourism of Indonesia. (2018). *Ministry of Tourism Accountability Report 2017*. Jakarta.
- Nugraha, AS (2013). Pusaka Saujana Dataran Tinggi Dieng Dampak Kegiatan Pariwisata dan Pertanian Terhadap Kemenerusan Pusaka Saujana di Dataran Tinggi Dieng. *Digital Times*. Retrieved from [http://www.dt.co.kr/contents.html?article\\_no=2012071302010531749001](http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2012071302010531749001)
- Nurcahyo, R., Fitriyani, A., & Hudda, IN (2017). The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta. *Binus Business Review*,

- 8(1), 23.  
<https://doi.org/10.21512/bbr.v8i1.1790>
- Ram, Y., & Hall, CM (2018). Walking tourism in cities: introducing the special issue. *INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM CITIES*, 4(3), 281–284.
- Renold, Teng, B. A., Anjarsari, H., & Badollahi, M. Z., (2020). Pengembangan Destinasi Wisata Budaya Berdasarkan Mitos Sejarah Dan Bangunan Kota Makassar (Studi Etnografi). *Jurnal Pariwisata*, 7(1), 12-19.
- Sofi, MR, Hakin, IA, & Gadoo, MR (2016). “Service Quality Variables and Tourist Satisfaction at Destination Level - A Study of J&K Tourism”. *International Journal of Applied Research and Studies*, 3(2), 1–9.
- Sumar'in, Andiono, & Yuliansyah. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(1), 1–17.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata Pariwisata*,. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Syahriyah, DR (2013). Perancangan Hotel Resort di Dataran Tinggi Dieng, Jawa Tengah Dengan Pendekatan Arsitektur Hijau, 1–10.
- Ujang, N., & Muslim, Z. (2014). Walkability and attachment to tourism places in the city of Kuala Lumpur, Malaysia. *Athens Journal of Tourism*, 2(1), 53–65.
- Wardhani, UE (2008). *Usaha Jasa Pariwisata* (Jilid 2). Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional.
- World Tourism Organization. (2019). *Walking Tourism - Promoting Regional Development. Executive Summary UNWTO*. Madrid.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.18111/9789284420520>
- Wu, S.-I., & Zheng, Y.-H. (2014). The Influence of Tourism Image and Activities Appeal on Tourist Loyalty – A Study of Tainan City in Taiwan. *Journal of Management and Strategy*, 5(4), 121–135.  
<https://doi.org/10.5430/jms.v5n4p121>
- Yuksel, A., Yuksel, F., & Bilim, Y. (2010). Destination Attachment: Effects on Customer Satisfaction and Cognitive, Affective, and Conative Loyalty. *Tourism Management*, 31(2), 274–284.
- Zebua, FN (2018). Persepsi wisatawan terhadap fasilitas objek wisata dataran tinggi dieng provinsi jawa tengah, 5, 897–902.

#### BIODATA PENULIS

**Filda Rahmiati** adalah dosen pada Program Studi Manajemen di Universitas Presiden. Sedang menempuh pendidikan PhD. in Universiti Teknikal Malaysia Melaka (UTeM) jurusan *Technology Management*. Bidang penelitian yang diminati pada pariwisata, pemasaran, *supply chain*, dan *value chain*. Pernah mendapatkan beberapa hibah dari Pemerintah dalam bidang pemasaran pariwisata di Indonesia.

**Ahmad Nur Dani**, merupakan lulusan Universitas Presiden dengan jurusan *International Business*.