



## **TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN BERDASARKAN ATRAKSI, AMENITAS DAN AKSESIBILITAS DI TELAGA MENJER, WONOSOBO.**

Lenny Kurnia Octaviani<sup>1</sup>, Vincentia Defista Febe Aurora<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia, [lennykurniaoctaviani@stipram.ac.id](mailto:lennykurniaoctaviani@stipram.ac.id)

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia.

---

**Naskah Masuk:** 07 Mei 2024 **Direvisi:** 06 September 2024 **Diterima:** 07 September 2024

---

### **ABSTRAK**

Kenaikan dan penurunan jumlah kunjungan wisatawan ini disebabkan oleh tingkat kepuasan yang beragam. Faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan yaitu atraksi, amenitas, dan aksesibilitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan berdasarkan atraksi, amenitas, dan aksesibilitas di Telaga Menjer, untuk mengetahui tingkat kesesuaian harapan dan kenyataan pada wisatawan, dan untuk mengetahui atribut yang diharapkan oleh wisatawan Telaga Menjer. Survei, kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Sumber pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sumber primer berupa kuesioner dan sumber sekunder seperti jurnal, buku, dan artikel terkait. Pada penelitian ini dilakukan analisis data dengan menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan berdasarkan atraksi, amenitas, dan aksesibilitas termasuk dalam kategori puas dengan hasil nilai CSI sebesar 77,25%. Hasil Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan bahwa nilai rata-rata tingkat kesesuaian (Tki) adalah 87,22% yang berarti tingkat kesesuaian sudah baik karena mendekati 100%. Hasil dari IPA tersebut juga digunakan untuk memetakan diagram kartesius. Diagram kartesius menunjukkan bahwa atribut yang sangat diharapkan wisatawan namun memiliki kenyataan/ kinerja yang tidak memuaskan terdapat pada kuadran A yaitu tanda/ petunjuk jalan, rambu- rambu keamanan, keadaan jalan, dan akses transportasi. Mengacu pada temuan penelitian, masukan yang dapat diberikan yaitu pihak Telaga Menjer sebaiknya memprioritaskan perbaikan terhadap atribut yang memiliki nilai harapan tinggi namun nilai kenyataan atau kinerjanya rendah.

**Kata Kunci:** Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, Kepuasan Wisatawan, Indeks kepuasan pelanggan (CSI)

---

### **ABSTRACT**

*The increase and decrease in the number of tourist visits is caused by varying levels of satisfaction. Factors that affect tourist satisfaction are attractions, amenities, and accessibility. This study aims to determine the overall level of tourist satisfaction based on attractions, amenity, and accessibility at Telaga Menjer, to determine the level of conformity of expectations and reality in tourists, and to determine the attributes expected by Telaga Menjer tourists. Survey, quantitative is the research method used in this study. Sources of data collection in this*



*study used primary sources in the form of questionnaires and secondary sources such as journals, books, and related articles. In this study, data analysis was carried out using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). The results of this study indicate that the overall level of tourist satisfaction based on attractions, amenities, and accessibility is included in the satisfied category with the results of the CSI value of 77.25%. The results of Importance Performance Analysis (IPA) show that the average value of the level of conformity (Tki) is 87.22%, which means that the level of conformity is good because it is close to 100%. The results of the IPA are also used to map the Cartesian diagram. The Cartesian diagram shows that the attributes that are highly expected by tourists but have unsatisfactory reality / performance are in quadrant A, namely road signs / instructions, safety signs, road conditions, and transportation access. Referring to the research findings, the advice that can be given is that Telaga Menjer should prioritize improvements to attributes that have high expectation values but low reality or performance values.*

**Keywords :** *Attractions, Amenities, Accessibility, Tourist Satisfaction, Customer Satisface Index (CSI)*

**Copyright ©2024. UHNIGB Sugriwa Denpasar. All Right Reserved**

## **I. PENDAHULUAN**

Telaga Menjer, yang terletak di Kabupaten Wonosobo, Jawa Tengah, merupakan salah satu destinasi wisata alam yang menarik perhatian baik dari wisatawan lokal maupun mancanegara. Pesona alamnya yang memukau, didukung oleh beragam atraksi, amenities, dan aksesibilitas yang disediakan, menjadikan Telaga Menjer sebagai salah satu tujuan wisata favorit di wilayah tersebut. Fenomena ini menimbulkan minat yang besar dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Telaga Menjer.

Menurut Atabeb (2019), kepuasan wisatawan merupakan aspek penting dalam industri pariwisata, karena dapat menjadi indikator keberhasilan suatu destinasi wisata dalam memenuhi harapan dan kebutuhan wisatawan. Analisis tingkat kepuasan wisatawan menjadi suatu hal yang krusial dalam rangka meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisata. Dalam konteks Telaga Menjer, pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan wisatawan akan memberikan pandangan yang lebih jelas bagi pengelola wisata dan pemerintah setempat untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas layanan (Liu, 2023; Pawaskar & Goel, 2017; Sebinshas, 2023; Showkat & Qureshi, 2017).

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan dapat dibagi menjadi beberapa aspek, antara lain atraksi wisata, amenities, dan aksesibilitas (Mulyana & Gayatri, 2022). Atraksi wisata meliputi keindahan alam, keberagaman flora dan fauna, serta berbagai aktivitas yang dapat dilakukan di sekitar Telaga Menjer. Sementara itu, amenities mencakup fasilitas-fasilitas yang disediakan di sekitar area wisata, seperti tempat makan, tempat istirahat, dan fasilitas toilet. Sedangkan, aksesibilitas mengacu pada kemudahan akses menuju lokasi wisata, baik melalui transportasi darat maupun fasilitas pendukung lainnya.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam konteks destinasi wisata tertentu. Penelitian oleh Ali dkk., (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan lingkungan fisik menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan wisatawan di destinasi wisata alam. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Mulyana & Gayatri (2022) menemukan bahwa faktor-faktor seperti atraksi

wisata, amenities, dan aksesibilitas juga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan di destinasi wisata.

Meskipun demikian, belum ada studi yang secara khusus mengkaji tingkat kepuasan wisatawan berdasarkan atraksi, amenities, dan aksesibilitas di Telaga Menjer, Wonosobo. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dengan melakukan analisis komprehensif terhadap tingkat kepuasan wisatawan di Telaga Menjer, dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengelola wisata dan pemerintah setempat dalam upaya meningkatkan pengalaman wisatawan dan memajukan pariwisata di wilayah tersebut.

## **LITERATUR REVIEW**

### **Atraksi**

Atraksi merupakan elemen penting dalam menarik wisatawan ke suatu destinasi. Menurut Ismayanti (2020), atraksi dapat dibagi menjadi dua jenis utama: atraksi alam dan atraksi buatan manusia. Atraksi alam mencakup keindahan alam, seperti gunung, pantai, dan danau, sementara atraksi buatan melibatkan bangunan bersejarah, taman hiburan, dan tempat belanja (Chen dkk., 2020; Demolingo, 2022; Ismayanti, 2020). Hasil studi yang dilakukan oleh (Ismadi & Suwitho, 2024) menunjukkan bahwa atraksi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Atraksi juga berperan dalam membangun citra destinasi, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan wisatawan (Haarhoff, 2018; Jebbouri dkk., 2022; Khalid, 2023). Selain itu, faktor lain seperti keunikan, keaslian, dan keindahan juga berperan penting dalam meningkatkan daya tarik suatu destinasi (Erislan, 2018).

### **Amenitas**

Amenitas atau fasilitas yang tersedia di destinasi wisata juga memiliki peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan wisatawan. Amenitas yang lengkap dan berkualitas, seperti toilet yang bersih, tempat makan yang bervariasi, area parkir yang luas, serta fasilitas rekreasi yang memadai, berkontribusi secara positif terhadap pengalaman wisatawan (Febriyana dkk., 2020; Sugiama., 2022). Studi yang dilakukan oleh He dkk., (2018) menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas pendukung yang ramah lingkungan juga dapat mempengaruhi persepsi positif wisatawan terhadap destinasi.

### **Aksesibilitas**

Aksesibilitas merujuk pada kemudahan dalam mencapai destinasi wisata. Menurut studi oleh (Biswas dkk., 2020), aksesibilitas yang baik dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Aksesibilitas mencakup akses transportasi, infrastruktur jalan, dan ketersediaan informasi tentang destinasi. Menurut Yen (2021), destinasi wisata yang mudah diakses cenderung lebih diminati oleh wisatawan, karena dapat menghemat waktu dan tenaga dalam perjalanan. Selain itu, aksesibilitas yang baik juga dapat meningkatkan potensi pengembangan pariwisata suatu daerah (Tverijonaite dkk., 2018; Stuchlikova & Botlikova, 2021).

### **Kepuasan Wisatawan**

Kepuasan wisatawan merupakan hasil akhir dari interaksi mereka dengan berbagai aspek destinasi wisata, termasuk atraksi, amenities, dan aksesibilitas. Menurut Sitanggung & Sunarti (2020) kepuasan wisatawan terbentuk melalui perbandingan antara harapan mereka sebelum berkunjung dengan pengalaman yang mereka dapatkan selama kunjungan. Selain itu, Kepuasan wisatawan memiliki dampak positif pada niat untuk berkunjung kembali dan

rekomendasi destinasi kepada orang lain (Tedjakusuma dkk., 2023).

### **Customer Satisfaction Index (CSI)**

*Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan alat penting untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan (Salsabila dkk., 2024). CSI membandingkan harapan wisatawan dengan kenyataan yang mereka alami selama berwisata (Setiawan dkk., 2022). Nilai CSI di atas 50% menunjukkan wisatawan puas, sedangkan di bawah 50% menunjukkan wisatawan tidak puas.

Dengan menganalisis CSI, pelaku industri pariwisata dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dalam layanan wisata (Nabila dkk., 2022). Hal ini dapat membantu meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan, sehingga meningkatkan loyalitas dan kunjungan kembali berwisata (Setiawan dkk., 2022).

Terdapat lima kategori CSI, yaitu Sangat Puas (81% - 100%), Puas (66% - 80,99%), Cukup Puas (51% - 65,99%), Kurang Puas (35% - 50,99%), dan Tidak Puas (0% - 34,99%) (Setiawan dkk., 2022). Kategori-kategori ini membantu pelaku industri pariwisata dalam memahami tingkat kepuasan wisatawan secara lebih detail dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan.

### **Importance Performance Analysis (IPA)**

Penelitian ini menggunakan Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan dengan menghitung tingkat kesesuaian harapan dan kenyataan berdasarkan atraksi, amenitas, dan aksesibilitas di Telaga Menjer. Tingkat kesesuaian menurut Supranto ditentukan dengan membandingkan skor harapan dengan skor kenyataan/ kinerja sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat digunakan untuk memprioritaskan perbaikan pelayanan guna meningkatkan kepuasan wisatawan (Fanggidae & Bere, 2020).

Berikut ini merupakan tahapan pengerjaan metode Importance Performance Analysis (IPA) menurut (Tampubolon dkk., 2019):

Dalam penelitian ini, X berarti kinerja disesuaikan dengan keperluan penelitian yang berarti kenyataan dan Y berarti kepentingan disesuaikan dengan keperluan penelitian yang berarti harapan.

1. Menentukan tingkat kesesuaian

Rumus:

$$Tki = (Xi :Yi) \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja/ kenyataan yang diterima

Yi = Skor penilaian kepentingan/ harapan wisatawan

2. Menghitung rata-rata penilaian tingkat kepentingan/ harapan dan kinerja/ kenyataan untuk setiap item atribut

Rumus:

$$X = \Sigma Xi / n \text{ dan } Y = \Sigma Yi / n$$

Keterangan:

X = Skor rata-rata tingkat kinerja kenyataan

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan/harapan

$\Sigma Xi$  = Jumlah skor penilaian kinerja/ kenyataan setiap atribut

$\Sigma Yi$  = Jumlah skor penilaian kepentingan/harapan setiap atribut

n = Total responden

3. Menentukan rata-rata kenyataan dan harapan keseluruhan atribut. Hal ini dilakukan

untuk menentukan posisi penempatan garis x dan y pada diagram kartesius.

Rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{k}$$

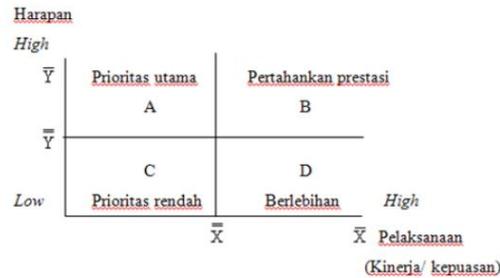
Keterangan:

$\bar{X}_i$  = Nilai rata-rata penilaian kinerja

$\bar{Y}_i$  = Nilai rata-rata penilaian kepentingan

K = Jumlah Atribut/pernyataan

#### 4. Memetakan diagram kartesius



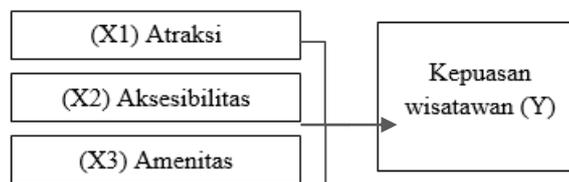
Gambar 1. Diagram Kartesius (Fanggidae & Bere, 2020)

Keterangan:

- A. Kuadran ini menjelaskan atribut yang dirasa sangat penting dan mempengaruhi kepuasan wisatawan, namun pihak pengelola tidak melaksanakannya sesuai dengan keinginan wisatawan sehingga menyebabkan wisatawan kecewa dan tidak puas.
- B. Kuadran ini menampilkan atribut yang berhasil diterapkan dan memerlukan pemeliharaan. Atribut ini wajib dipertahankan. Atribut pada kuadran ini dirasa penting sekali dan memuaskan.
- C. Kuadran ini menampilkan atribut yang mempunyai dampak kurang penting terhadap wisatawan. Implementasi oleh pengelola biasa saja. Atribut yang ada disini termasuk kurang penting dan kurang memuaskan.
- D. Kuadran ini menampilkan atribut yang pelaksanaannya berlebihan namun tidak banyak berpengaruh pada wisatawan. Meski atribut pada kuadran ini dirasa kurang penting tetapi benar-benar memuaskan bagi wisatawan..

## METODE

### Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 2. Kerangka Konsep Penelitian

Berdasarkan gambar 2, garis besar konseptual di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

H0: Diduga tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan berdasarkan atraksi, amenitas, dan aksesibilitas di Telaga Menjer berada pada kategori tidak puas dan memiliki tingkat kesesuaian yang kurang baik.

H1: Diduga tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan berdasarkan atraksi, amenitas, dan aksesibilitas di Telaga Menjer berada pada kategori puas dan memiliki tingkat kesesuaian yang sudah baik.

## **Model Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah mengenai tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan berdasarkan atraksi, amenitas, dan aksesibilitas di Telaga Menjer. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei kuantitatif. Menurut Sugiono (2016), penelitian survei bertujuan untuk memperoleh data di kawasan alam tertentu, tetapi peneliti juga dapat mengumpulkan data melalui distribusi kuisioner, wawancara terstruktur, dan cara lainnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang berkunjung ke Telaga Menjer. Menurut Hossan dkk., (2023), populasi adalah sekelompok besar orang, individu, pasangan, kelompok, organisasi, atau entitas serupa lainnya yang hasil temuannya ingin digeneralisasi. Sebagai contoh yaitu warga negara suatu negara, mahasiswa suatu universitas, pegawai suatu perusahaan dan sebagainya (Swarjana dan SKM, 2022).

Ukuran atau besaran populasi penelitian ini tidak pasti karena populasinya terdiri dari wisatawan yang mengunjungi Telaga Menjer pada saat penelitian. Populasi berkaitan erat dengan sampel. Menurut Sugiono (2016), sampel adalah bagian dari banyaknya populasi dan karakteristiknya. Sampel dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang telah dipilih untuk tujuan penelitian menggunakan teknik pengambilan sampel (Swarjana dan SKM, 2022).

Dikarenakan populasi tidak diketahui, teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampling aksidental dengan menggunakan rumus Lemeshow. Penggunaan teknik sampling aksidental merupakan bagian dari non-probability sampling yang diterapkan untuk memilih sampel. Sugiono (2016) menjelaskan bahwa non-probability sampling adalah pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Hasil perhitungan menggunakan rumus Lemeshow menunjukkan bahwa jumlah minimal sampel yang diperlukan adalah 96 responden.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS. Variabel independen yang akan digunakan mencakup atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas, sementara variabel dependen adalah kepuasan pengunjung. Pengumpulan data dilakukan melalui survei lapangan, kuesioner publik, dan tinjauan pustaka. Lokasi penelitian berada di Wisata Telaga Menjer yang terletak di Desa Maron, Kecamatan Garung, Kabupaten Wonosobo, Provinsi Jawa Tengah.. Populasi penelitian ini mencakup semua pengunjung Telaga Menjer (usia > 17 tahun) dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan skala Likert untuk mengukur tingkat kepuasan dan harapan wisatawan. Data dikumpulkan melalui sumber primer berupa kuesioner dan sumber sekunder berupa jurnal, buku, dan artikel terkait. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kualitas alat ukur, dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* untuk reliabilitas. Teknik analisis data meliputi perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan, serta *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk membandingkan harapan dan kinerja berdasarkan atribut atraksi, amenitas, dan aksesibilitas Telaga Menjer.

## **II. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas**

Untuk menguji validitas digunakan sampel percobaan sebanyak 100 sampel dengan tingkat signifikansi 5%, sehingga diperoleh nilai r tabel yaitu 0,1966. Dalam uji validitas, instrumen dinyatakan valid, jika nilai signifikan kurang dari 0,05 atau R hitung > R tabel begitu pula sebaliknya apabila nilai signifikan lebih dari 0,05 atau R hitung < R tabel dinyatakan tidak valid. Hasil uji dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Harapan				Kenyataan			
	No	r hitung	r tabel	Ket.	No	r hitung	r tabel	Ket.
Atraksi (X1)	X1 P1	0,402	0,1966	Valid	X1 P1	0,536	0,1966	Valid
	X1 P2	0,670	0,1966	Valid	X1 P2	0,490	0,1966	Valid
	X1 P3	0,533	0,1966	Valid	X1 P3	0,664	0,1966	Valid
Amenitas (X2)	X2 P1	0,839	0,1966	Valid	X2 P1	0,717	0,1966	Valid
	X2 P2	0,810	0,1966	Valid	X2 P2	0,694	0,1966	Valid
	X2 P3	0,804	0,1966	Valid	X2 P3	0,696	0,1966	Valid
	X2 P4	0,809	0,1966	Valid	X2 P4	0,721	0,1966	Valid
	X2 P5	0,806	0,1966	Valid	X2 P5	0,765	0,1966	Valid
	X2 P6	0,714	0,1966	Valid	X2 P6	0,635	0,1966	Valid
Aksesibilitas (X3)	X3 P1	0,458	0,1966	Valid	X3 P1	0,601	0,1966	Valid
	X3 P2	0,503	0,1966	Valid	X3 P2	0,607	0,1966	Valid
	X3 P3	0,559	0,1966	Valid	X3 P3	0,676	0,1966	Valid
	X3 P4	0,429	0,1966	Valid	X3 P4	0,609	0,1966	Valid
Kepuasan Wisatawan (Y)	Y P1	0,503	0,1966	Valid	Y P1	0,679	0,1966	Valid
	Y P2	0,668	0,1966	Valid	Y P2	0,567	0,1966	Valid

	Y P3	0,791	0,1966	Valid	Y P3	0,669	0,1966	Valid
--	---------	-------	--------	-------	---------	-------	--------	-------

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas pada table 1 di atas ditemukan variabel independen Atraksi, Fasilitas, dan Aksesibilitas serta variabel dependen Kepuasan Wisatawan memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan tingkat signifikansi 0.05. Maka, seluruh variabel independen dan variabel dependen dapat dinyatakan valid.

## Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Kenyataan

r hitung		r tabel 5%		Keterangan	
Harapan	Kenyataan	Harapan	Kenyataan	Harapan	Kenyataan
0,912	0,906	0,195	0,195	Reliabel	Reliabel

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil uji pada table 4, analisis reliabilitas menunjukkan bahwa harapan kepuasan wisatawan memiliki  $r$  hitung sebesar 0,912 dan  $r$  tabel sebesar 0,195. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas tersebut dianggap dapat dipercaya karena  $r$  hitung melebihi nilai  $r$  tabel untuk signifikansi 5% ( $0,912 > 0,195$ ). Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan terhadap kenyataan kepuasan wisatawan, yang menghasilkan nilai  $r$  hitung sebesar 0,906 dan  $r$  tabel sebesar 0,195. Dengan  $r$  hitung yang melebihi  $r$  tabel, yaitu  $0,906 > 0,195$ , dapat disimpulkan bahwa hasil uji ini juga dapat diandalkan sebagai indikator kepuasan wisatawan yang kredibel.

## Customer Satisfaction Index (CSI)

Tabel 5. Customer Satisfaction Index (CSI)

Indikator	Pernyataan	MIS	MSS	WF	WS
	Atraksi				
Tingkat keunikan	Kondisi alam berupa telaga dan lingkungan yang masih asri merupakan keunikan dari Telaga Menjer	4,59	4,1	6,48	26,58
Tingkat keindahan	Pemandangan alam di Telaga Menjer sangat indah dan	4,64	4,33	6,55	28,38

	menarik				
Ketersediaan lahan untuk berfoto	Terdapat spot foto yang menarik di Telaga Menjer	4,51	3,9	6,37	24,85
Amenitas					
Fasilitas ibadah	Terdapat tempat ibadah yang bersih dan rapi	4,11	3,55	5,81	20,61
Fasilitas toilet	Toilet yang tersedia bersih dan berfungsi dengan baik	4,22	3,61	5,96	21,52
Fasilitas tempat sampah	Terdapat tempat sampah yang memadai dan mudah dijangkau	4,29	3,7	6,06	22,42
Fasilitas restoran/ tempat makan	Terdapat warung makan yang bersih dan nyaman di area Telaga Menjer	4,25	3,97	6,00	23,83
Fasilitas penginapan	Terdapat penginapan di area Telaga Menjer yang mudah dijangkau	4,12	3,57	5,82	20,78
Fasilitas pusat informasi	Telaga Menjer menyediakan pusat informasi yang lengkap dan memadai	4,28	3,81	6,05	23,04
Aksesibilitas					
Kemudahan mencapai	Terdapat tanda/petunjuk jalan yang jelas menuju Telaga Menjer	4,58	3,8	6,47	24,59
Keamanan	Terdapat rambu-rambu keamanan di jalan menuju Telaga Menjer	4,58	3,57	6,47	23,10
Kenyamanan	Keadaan jalan yang cukup memadai bagi kenyamanan wisatawan	4,53	3,64	6,40	23,29
Kelancaran	Terdapat akses transportasi yang mudah untuk menuju ke Telaga Menjer	4,58	3,66	6,47	23,68
Kepuasan Wisatawan					
Kesesuaian harapan	Saya merasa kenyataan yang ada di Telaga Menjer sesuai dengan harapan saya	4,59	4,04	6,48	26,20
Minat berkunjung kembali	Saya akan berkunjung kembali ke Telaga Menjer suatu hari	4,45	4,18	6,29	26,28

	nanti				
Kesediaan untuk merekomen-dasikan	Saya akan merekomendasikan Telaga Menjer kepada keluarga, teman, dan oranglain	4,47	4,29	6,31	27,09
Total		70,79	61,72	100,00	386,23
WT/ Total WS					

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Primer, 2024

$$\begin{aligned} \text{Customer Satisfaction Index (CSI)} &= (\text{Total WS})/(\text{skala maksimum}) \times 100\% \\ &= 386,23/5 \times 100\% \\ &= 77,25\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil nilai indeks kepuasan berada pada angka 77,25% yang berarti nilai tersebut masuk dalam kategori puas dengan rentang nilai sebesar 66% -80,99%.

### **Importance Performance Analysis (IPA)**

Tabel 4. 12 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Indikator	Pernyataan	Skor Harapan	Skor Kenyataan	Tki (%)	Rata-rata Yi	Rata-rata Xi
Atraksi						
Tingkat keunikan	Kondisi alam berupa telaga dan lingkungan yang masih asri merupakan keunikan dari Telaga Menjer	459	410	89,32%	4,59	4,1
Tingkat keindahan	Pemandangan alam di Telaga Menjer sangat indah dan menarik	464	433	93,32%	4,64	4,33
Ketersediaan lahan untuk berfoto	Terdapat spot foto yang menarik di Telaga Menjer	451	390	86,47%	4,51	3,9
Amenitas						
Fasilitas ibadah	Terdapat tempat ibadah yang bersih dan rapi	411	355	86,37%	4,11	3,55

Fasilitas toilet	Toilet yang tersedia bersih dan berfungsi dengan baik	422	361	85,55%	4,22	3,61
Fasilitas tempat sampah	Terdapat tempat sampah yang memadai dan mudah dijangkau	429	370	86,25%	4,29	3,7
Fasilitas restoran tempat makan	Terdapat warung makan yang bersih dan nyaman di area Telaga Menjer	425	397	93,41%	4,25	3,97
Fasilitas penginapan	Terdapat penginapan di area Telaga Menjer yang mudah dijangkau	412	357	86,65%	4,12	3,57
Fasilitas pusat informasi	Telaga Menjer menyediakan pusat informasi yang lengkap dan memadai	428	381	89,02%	4,28	3,81
<b>Aksesibilitas</b>						
Kemudahan mencapai	Terdapat tanda/ petunjuk jalan yang jelas menuju Telaga Menjer	458	380	82,97%	4,58	3,8
Keamanan	Terdapat rambu-rambu keamanan di jalan menuju Telaga Menjer	458	357	77,95%	4,58	3,57
Kenyamanan	Keadaan jalan yang cukup memadai bagi kenyamanan wisatawan	453	364	80,35%	4,53	3,64
Kelancaran	Terdapat akses transportasi yang mudah untuk menuju ke Telaga Menjer	458	366	79,91%	4,58	3,66
<b>Kepuasan Wisatawan</b>						

Kesesuaian harapan	Saya merasa kenyataan yang ada di Telaga Menjer sesuai dengan harapan saya	459	404	88,02%	4,59	4,04
Minat berkunjung kembali	Saya akan berkunjung kembali ke Telaga Menjer suatu hari nanti	445	418	93,93%	4,45	4,18
Kesediaan untuk merekomendasikan	Saya akan merekomendasikan Telaga Menjer kepada keluarga, teman, dan oranglain	447	429	95,97%	4,47	4,29
Rata- rata				87,22%	4,42	3,86

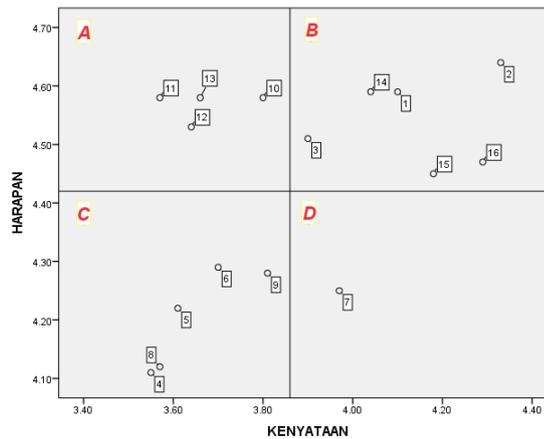
Sumber data: Hasil Pengolahan Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan metode Importance Performance Analysis (IPA) ditemukan bahwa hasil nilai rata- rata harapan yaitu 4,42 dan nilai rata- rata kenyataan adalah 3,86. Dapat disimpulkan bahwa angka rata- rata harapan lebih besar dari rata- rata kenyataan yang berarti atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan kepuasan wisatawan di Telaga Menjer masih dibawah harapan wisatawan. Berdasarkan hasil tabel diatas ditemukan bahwa nilai rata- rata tingkat kesesuaian (Tki) adalah 87,22%.

Menurut (Salsabila dkk., 2024), Tingkat kesesuaian yang sudah baik dapat ditentukan dengan melihat tingkat nilai kesesuaian, yang harus di atas rata-rata dan mendekati 100%. Tabel diatas menunjukkan bahwa pernyataan yang memiliki tingkat kesesuaian diatas 87,22% dan dianggap sudah baik tingkat kesesuaiannya adalah atraksi berupa kondisi alam yang masih asri, pemandangan yang menarik, amenitas berupa warung makan nyaman bersih dan tersedianya pusat informasi. Selain itu, variabel kepuasan wisatawan dengan tiga pernyataan diatas juga memiliki tingkat kesesuaian diatas rata- rata yang dianggap sudah baik.

Perhitungan dengan metode Importance Performance Analysis (IPA) juga diterapkan sebagai penentu sumbu X dan Y pada diagram kartesius agar dapat memetakan skala prioritas perbaikan guna meningkatkan kepuasan wisatawan di Telaga Menjer. Sumbu X ditentukan dengan cara melihat nilai rata- rata kenyataan dan sumbu Y ditentukan dengan melihat nilai rata- rata harapan wisatawan. Sumbu X berada di 3,86 dan sumbu Y berada di 4,42.

Diagram kartesius dihasilkan dari adanya perhitungan metode Importance Performance Analysis (IPA) yang diwujudkan melalui gambar 3.



Gambar 3. Hasil Diagram Kartesius

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Primer, 2024

**Keterangan:**

- **Kuadran A (Prioritas Utama):**
  - 10) Tanda/ petunjuk jalan
  - 11) Rambu keamanan
  - 12) Keadaan jalan
  - 13) Akses transportasi
- **Kuadran B (Pertahankan Prestasi):**
  - 1) Kondisi alam
  - 2) Pemandangan alam
  - 3) Spot Foto
  - 13) Akses transportasi
  - 15) Minat berkunjung kembali
  - 16) Kesiapan merekomendasikan
- **Kuadran C (Prioritas Rendah):**
  - 4) Tempat ibadah
  - 5) Toilet
  - 6) Tempat sampah
  - 8) Penginapan
  - 9) Pusat informasi
- **Kuadran D (Berlebihan):**
  - 7) Warung makan

Bersarkan gambar 3, Diagram kartesius dibagi menjadi 4 kuadran yaitu A, B, C, dan D. Kuadran A memiliki 4 atribut, kuadran B memiliki enam, kuadran C memiliki 5 atribut sedangkan kuadran D memiliki 1 atribut. Berikut deskripsi masing- masing kuadran:

1. **Kuadran A (Prioritas Utama)**

Atribut yang dianggap sangat penting ditemukan di kuadran A, sering dikenal sebagai kuadran prioritas utama dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan namun kenyataannya tidak sesuai dengan harapan wisatawan sehingga wisatawan merasa tidak puas. Berdasarkan perhitungan IPA dan gambar diagram kartesius, kuadran ini memiliki

empat atribut. Atribut tersebut adalah tanda/ petunjuk jalan yang jelas menuju Telaga Menjer, rambu- rambu keamanan menuju Telaga Menjer, keadaan jalan yang cukup memadai bagi wisatawan, dan akses transportasi yang mudah. Tanda/ petunjuk jalan menuju Telaga Menjer pada kenyataannya dianggap kurang jelas oleh wisatawan karena petunjuk tersebut terbatas sedangkan wisatawan sangat berharap petunjuk jalan yang jelas agar mudah sampai tujuan. Selain itu mengenai rambu- rambu keamanan menuju Telaga Menjer menurut wisatawan sangat penting dan harapannya tinggi terhadap adanya rambu- rambu keamanan. Namun pada kenyataannya rambu- rambu keamanan tersebut sebagian sudah rusak dan kurang jelas. Maka dari itu pernyataan rambu-rambu keamanan dinilai tidak memuaskan. Atribut berikutnya adalah keadaan jalan yang memadai bagi wisatawan, keadaan jalan yang berkelok-kelok dapat menimbulkan kesan tidak nyaman bagi beberapa orang sehingga hal ini dianggap dapat mengurangi kepuasan wisatawan. Atribut terakhir yang masuk dalam kuadran ini adalah akses transportasi yang mudah, wisatawan memiliki harapan yang tinggi mengenai mudahnya akses transportasi seperti transportasi umum untuk memudahkan wisatawan menuju Telaga Menjer. Kenyataan yang ada yaitu transportasi umum menuju Telaga Menjer sulit diakses wisatawan.

Pada kuadran ini, terdapat atribut yang memiliki nilai harapan tinggi namun nilai kenyataan rendah. Pihak Telaga Menjer perlu memberikan perhatian lebih pada atribut-atribut diatas agar bisa memenuhi harapan wisatawan sehingga dapat meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung.

## 2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran ini, terdapat beberapa atribut yang sangat penting atau diharapkan wisatawan dan dianggap memuaskan sehingga kinerja atau kenyataan pada atribut tersebut wajib dipertahankan. Atribut- atribut yang harus dipertahankan oleh pihak Telaga Menjer antarlain kondisi alam, pemandangan alam, spot foto, kenyataan sesuai harapan, berkunjung kembali, dan merekomendasikan. Atribut pernyataan mengenai kondisi alam, pemandangan alam, serta spot foto di Telaga Menjer berdasarkan perhitungan IPA dan diagram kartesius dianggap memuaskan sehingga pihak Telaga Menjer harus menjaga dan mempertahankan kinerja atau kenyataan pada atribut tersebut. Atribut selanjutnya adalah atribut pernyataan mengenai kepuasan wisatawan yang mencakup kesesuaian harapan dengan kenyataan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan wisatawan untuk merekomendasikan Telaga Menjer kepada oranglain. Atribut kepuasan tersebut harus tetap dipertahankan agar pihak pengelola mengetahui seberapa puas atau tidaknya wisatawan yang berkunjung dengan adanya pernyataan mengenai indikator kepuasan tersebut.

## 3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Atribut pernyataan yang kurang penting pengaruhnya bagi wisatawan ditampilkan pada bagian ini. Atribut yang termasuk pada kuadran ini kurang diharapkan dan kurang memuaskan kinerjanya. Beberapa atribut pernyataan yang masuk dalam kuadran C adalah tempat ibadah, toilet, tempat sampah, penginapan, dan pusat informasi. Pihak Telaga Menjer tidak diharuskan untuk memberi perhatian lebih kepada atribut-atribut ini karena kurang diharapkan oleh wisatawan.

## 4. Kuadran D (Berlebihan)

Meskipun kurang diharapkan, atribut yang menjadi bagian kuadran ini dianggap sangat memuaskan. Atribut yang ada dalam kuadran ini yaitu warung makan yang bersih dan nyaman. Berdasarkan penilaian yang dilakukan oleh wisatawan, warung

makan ini dianggap kurang penting dan tidak terlalu diharapkan namun pada kenyataannya kinerja yang dilakukan sangat memuaskan dan berlebihan.

Temuan dan penjelasan diatas menyatakan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. H0 ditolak karena tidak sesuai dengan hasil dari penelitian sedangkan H1 diterima karena sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan berdasarkan atraksi, amenities, dan aksesibilitas di Telaga Menjer berada pada kategori puas dan memiliki tingkat kesesuaian yang sudah baik.

### III. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan termasuk dalam kategori puas berdasarkan atraksi, amenities, dan aksesibilitas. Hal ini dibuktikan dengan adanya hasil analisis Customer Satisfaction Index yang menghasilkan nilai CSI sebesar 77,25% dengan kategori puas karena berada dalam rentang nilai 66% - 80,99%. Maka dari itu untuk mencapai kategori sangat puas, pihak Telaga Menjer perlu memperhatikan beberapa hal yang menjadi harapan wisatawan. Metode Importance Performance Analysis (IPA) juga diterapkan pada penelitian ini agar dapat diketahui tingkat kesesuaian harapan dan kenyataannya. Berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tingkat kesesuaian (Tki) adalah 87,22%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian dianggap sudah baik karena mendekati 100%. Namun, beberapa atribut memiliki tingkat kesesuaian dibawah nilai rata-rata sehingga pihak Telaga Menjer perlu memperhatikan hal tersebut untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Hasil dari *Importance Performance Analysis* (IPA) juga digunakan untuk menentukan diagram kartesius. Hasil dari adanya diagram kartesius menunjukkan bahwa atribut yang sangat diharapkan wisatawan namun memiliki kenyataan/ kinerja yang tidak memuaskan terdapat pada kuadran A yaitu tanda/ petunjuk jalan, rambu- rambu keamanan, keadaan jalan, dan akses transportasi.

Berlandaskan pada temuan penelitian tersebut, penulis dapat memberikan masukan pada pihak pengelola Telaga Menjer sebaiknya memperbaiki dan meningkatkan kenyataan/ kinerja beberapa atribut terutama atribut yang termasuk dalam prioritas utama untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Selain itu, pihak Telaga Menjer sebaiknya juga tetap memperhatikan dan mempertahankan atribut- atribut pernyataan yang dianggap sudah memuaskan sehingga kepuasan wisatawan tersebut tidak akan berkurang. Disamping itu, penulis juga menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah indikator pernyataan dalam variabel yang dianggap masih kurang lengkap sehingga kedepannya hasil penelitian dapat dipaparkan lebih rinci dan detail.

### REFERENSI

- Ali, D., Alam, M., & Bilal, H. (2021). *The Influence of Service Quality, Price, and Environment on Customer Loyalty in the Restaurant's Industry: The Mediating Role of Customer Satisfaction*. *Journal of Accounting and Finance*.
- Atabeb, H. A. (2019). *Customer Satisfaction in Tourism Industry*. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 9(1), p8566. <https://doi.org/10.29322/IJSRP.9.01.2019.p8566>
- Biswas, C., Omar, H., & Rashid-Radha, J. Z. R. R. (2020). *The Impact Of Tourist Attractions And Accessibility On Tourists' Satisfaction: The Moderating Role Of Tourists' Age*. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 32(4), 1202–1208. <https://doi.org/10.30892/gtg.32402-558>

- Chen, A., Ng, Y., Zhang, E., & Tian, M. (Ed.). (2020). *Dictionary of geotourism*. Science Press.
- Demolingo, R. (2022). *Analisis Artificial Dan Natural Attraction Terhadap Kepuasan Wisatawan*. Journal of Syntax Literate.
- Erislan, D. (2018). *Tourist Attraction and the Uniqueness of Resources on Tourist Destination in West Java, Indonesia*.
- Fanggidae, R., & Bere, M. (2020). *Pengukuran tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas wisata di Pantai Lasiana*. Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur.
- Febriyana, G. M. S., Suprastayasa, I. G. N. A., & Darmiati, M. (2020). *Do Facilities Affect Tourists' Satisfaction at Natural Tourist Attraction? A Case at Tegenungan Waterfall in Bali*. TRJ Tourism Research Journal, 4(2), 104. <https://doi.org/10.30647/trj.v4i2.94>
- Haarhoff, R. (2018). *Tourist perceptions of factors influencing destination image: A case study of selected Kimberley resorts*.
- He, X., Hu, D., Swanson, S. R., Su, L., & Chen, X. (2018). *Destination perceptions, relationship quality, and tourist environmentally responsible behavior*. Tourism Management Perspectives, 28, 93–104.
- Hossan, D., Mansor, Z., & Jaharuddin, N. (2023). *Research Population and Sampling in Quantitative Study*. International Journal of Business and Technopreneurship (IJBT), 13, 209–222. <https://doi.org/10.58915/ijbt.v13i3.263>
- Ismadi, I., & Suwitho, S. (2024). *The Effect Of Tourism Attraction And Tourist Experience On Revisit Intention Mediated By Tourist Satisfaction (A Study At Mount Bromo Tourist Destination, East Java)*. International Conference of Business and Social Sciences, 3(1), 474–486. <https://doi.org/10.24034/icobuss.v3i1.401>
- Ismayanti. (2020). *Dasar-Dasar Pariwisata*. 2020.
- Jebbouri, A., Zhang, H., Imran, Z., Iqbal, J., & Bouchiba, N. (2022). *Impact of Destination Image Formation on Tourist Trust: Mediating Role of Tourist Satisfaction*. Frontiers in Psychology, 13, 845538. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.845538>
- Khalid, J. (2023). *The Analysis of Visitor Satisfaction Influenced by Tourist Attractions and Service Quality through Tourism Image in Kawung Tilu, Cikarang Timur, Bekasi Regency*. Ilomata International Journal of Management, 4(3), 401–418. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v4i3.824>
- Mulyana, A., & Er Meytha Gayatri, I. A. M. (2022). *Pengaruh Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan*. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 10(1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1753>
- Nabila, I., Yudhari, I. D. A. S., & Dewi, I. A. L. (2022). *Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung terhadap Agrowisata Taman Edelweis di Kabupaten Karangasem Bali*. Jurnal Agribisnis dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism), 11(1), 200. <https://doi.org/10.24843/JAA.2022.v11.i01.p19>

- Pawaskar, R., & Goel, M. (2017). *Enhancing the effectiveness of marketing a tourist destination using satisfaction analysis*. International Journal of Business and Systems Research, 11(1/2), 163. <https://doi.org/10.1504/IJBSR.2017.080850>
- Salsabila, A., Abubakar, A., & Azzahra, F. (2024). *Analisis Kepuasan Konsumen Pada Agrowisata Cilangkap Kota Jakarta Timur*. Jurnal Ilmiah Wahana.
- Sebinshas, K. C. (2023). *Determining the impact of destination attributes on tourist satisfaction in the context of adventure tourism*.
- Setiawan, A., Yamani, A., & Winati, F. (2022). *Pengukuran kepuasan konsumen menggunakan customer satisfaction index (CSI) dan importance performance analysis (IPA)(studi kasus UMKM Ahul Saleh)*. Jurnal Teknologi.
- Showkat, S., & Qureshi, R. A. (2017). *Tourist Satisfaction And Intention Loyalty- A Review Paper*. Abhinav-International Monthly Refereed Journal Of Research In Management & Technology, 6, 27–32.
- Sitanggang, D., & Sunarti, S. (2020). *Pengaruh citra destinasi, nilai pelanggan terhadap kepuasan wisatawan dan niat berperilaku wisatawan*.
- Stuchlikova, J., & Botlikova, M. (2021). *Information accessibility as an important global factor in accessible tourism*. SHS Web of Conferences, 129, 08019. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202112908019>
- Sugijama, A. G., Oktavia, H. C., & Karlina, M. (2022). *The Effect of Tourism Infrastructure Asset Quality on Tourist Satisfaction: A Case on Forest Tourism in Tasikmalaya Regency*. International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events, 6(1), 65–71. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v6i1.65-71>
- Sugiono, S. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r & d*. Bandung: Alfabet.
- Swarjana, I., & SKM, M. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*.
- Tampubolon, S., & Simanjuntak, D. (2019). *Analisis kepuasan wisatawan terhadap atribut wisata menggunakan metode CSI dan IPA pada wisata pemandian di Kabupaten Tapanuli Utara*.
- Tedjakusuma, A. P., Retha, N. K. M. D., & Andajani, E. (2023). *The Effect of Destination Image and Perceived Value on Tourist Satisfaction and Tourist Loyalty of Bedugul Botanical Garden, Bali*. BASKARA : Journal of Business and Entrepreneurship, 6(1). <https://doi.org/10.54268/baskara.v6i1.18683>
- Tverijonaite, E., Ólafsdóttir, R., & Thorsteinsson, T. (2018). *Accessibility of protected areas and visitor behaviour: A case study from Iceland*. Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 24, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2018.09.001>
- Yen, H.-P., Chen, P.-C., & Ho, K.-C. (2021). *Analyzing Destination Accessibility From the Perspective of Efficiency Among Tourism Origin Countries*. SAGE Open, 11(2), 215824402110057. <https://doi.org/10.1177/21582440211005752>