

Pengaruh Daya Tarik Wisata, Harga Tiket, Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Wisata Alam Setigi Gresik

Ahmad Rizqi Al Aisar *

N. Rachma **

Rahmawati ***

Email: alaisar433@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This research is to find out and analyze tourist attractions, ticket prices and accessibility to tourist satisfaction in Gresik setigi nature tourism. The population in the study was natural tourist attractions setigi Gresik. The sampling technique uses purposive sampling which is a sample collection technique based on certain criteria with 100 respondents. The analysis technique uses multiple linear regression analysis. The results showed that the variables of tourist attractions (X1), ticket prices (X2) and accessibility (X3) had a contribution to the tourist satisfaction variable (Y) of 70.7% and the remaining 29.3% was explained by other independent variables that were not in the study. And simultaneously and partially tourist attraction, ticket price and accessibility have a significant effect on tourist satisfaction.

Keywords: Tourist Attraction, Ticket Price, Accessibility, Tourist Satisfaction

Pendahuluan

Keanekaragaman budaya dan wisata yang begitu indah di Indonesia terdapat kekayaan alam yang sangat melimpah, memiliki daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Oleh sebab itu kekayaan alam yang melimpah menjadi salah satu potensi yang dapat dikembangkan menjadi destinasi pariwisata. melihat data BPS setelah COVID pada tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 1.8 juta atau naik 5,1 persen dibandingkan pada tahun 2021. Potensi wisata dapat digunakan sebagai pendorong perekonomian masyarakat lokal dan menjadi industri yang mengglobal. Sektor pariwisata menjadi kendaraan yang memungkinkan untuk mempromosikan ekspansi ekonomi, memberantas kemiskinan, dan membina hubungan simbiosis dengan industri penyedia layanan lainnya.

Sektor pariwisata yang begitu pesat menjadikan sebagai salah satu produk unggulan yang dicadangkan untuk menunjang perekonomian masyarakat. Hal tersebut ditunjang dengan adanya perbaikan jalan atau pun akses menuju tempat wisata yang sangat mudah. Sektor pariwisata dapat memberikan pendapatan bagi suatu daerah, perkembangan industri pariwisata mempunyai dampak terhadap pengembangan Desa terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, perekonomian suatu wilayah, serta dapat menyerap kesempatan kerja. Adanya otonomi daerah menjadikan masing-masing daerah bisa menggali potensi yang ada di daerah tersebut. Di sisi lain perkembangan pariwisata menjadi sektor prioritas, dilihat dari masuknya agenda pariwisata dalam untuk meningkatkan ketahanan ekonomi, RPJMN akan dikembangkan antara tahun 2020 dan 2024. (Asmoro, 2020).

Kabupaten Gresik pada beberapa tahun terakhir cenderung mengutamakan pertumbuhan industri pariwisata sebagai pengganti industri pertambangan yang terdapat di wilayah Gresik.

Berdasarkan data statistik sepanjang tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Gresik sebanyak 1.984.270 orang, hal tersebut didukung dengan adanya potensi alam (bukit kapur) yang dimiliki Kabupaten Gresik yang dapat di maksimalkan sebagai obyek wisata baru.

Meski merupakan destinasi wisata yang tergolong baru, Setigi Tourism kabupaten Gresik menempati posisi ketiga kategori wisata alam pada tahun 2021. Baik wisatawan lokal maupun luar kota menikmati banyak popularitas dari pariwisata Setigi. Purwadi mengatakan lokasi ini dikabarkan viral dan banyak dibicarakan karena keberhasilan Wisata Setigi Gresik. Keindahan alamnya yang dipadukan dengan beragam lokasi modern membuat banyak pengunjung penasaran. 5000 orang mengunjungi Pariwisata Setigi dalam tahun pertama beroperasi pada tahun 2020. "Mempromosikan Pariwisata Setigi di berbagai platform media sosial sangat penting untuk viralitasnya, dan kami telah melakukannya sejak 2019. Sehingga Wisata Setigi sudah penuh dengan masyarakat saat dibuka", imbuh Purwadi selaku Humas Bumdes Desa Sekapuk.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan 15 wisatawan wisata alam setigi Gresik. Bahwa pada obyek wisata ada beberapa wahana yang menjadikan daya tarik wisata yaitu danau dan goa. Harga tiket yang ditawarkan juga relatif murah, dan juga aksesibilitas menuju obyek wisata mudah dan aksesibilitas pada obyek wisata juga tidak rumit.

Tempat wisata didefinisikan sebagai " Segala sesuatu yang dijelaskan dalam Bab I, Artikel yang memiliki kekhasan, keindahan, dan nilai dari berbagai benda alam, budaya, dan buatan manusia yang menarik atau dikunjungi oleh wisatawan 5 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata. Sebaliknya, kawasan pariwisata strategis didefinisikan sebagai kawasan dengan fokus utama pada pariwisata atau dengan potensi untuk berkembang menjadi kawasan tersebut dan yang memiliki dampak signifikan pada satu atau lebih faktor, seperti kemajuan di bidang kehidupan ekonomi, sosial, dan budaya serta kelestarian lingkungan, pelestarian sumber daya, serta keamanan dan pertahanan. Tiga (tiga) prasyarat untuk tempat wisata adalah "sesuatu untuk dilihat, sesuatu untuk dilakukan, dan sesuatu untuk dibeli" (Utama, 2017: 141).

Kotler dan Armstrong (2016:324) mendefinisikan harga Pertukaran nilai pelanggan dengan imbalan hak untuk membeli, memiliki, atau menggunakan suatu barang atau layanan disebut sebagai harga yang mereka bayar untuk itu.

Salah satu komponen utama produk adalah aksesibilitas, yang mencakup transportasi ke negara itu, antara dan di dalam wilayah (wilayah), serta di dalam wilayah, dan kesederhanaan dalam mencari tahu informasi tentang lokasi (Suryadana dan Octavia, 2015: 56). Salah satu elemen kunci yang mendukung perjalanan yang efisien adalah aksesibilitas. Dalam hal ini, khususnya terkait Wisata Alam Setigi Gresik, Salah satu elemen kunci bagi wisatawan yang puas adalah konektivitas jalan yang baik di lokasi wisata. Ketika aksesibilitas dalam kondisi yang baik dan membuat kegiatan pariwisata yang dilakukan pengunjung menjadi mudah, mereka juga akan menerima tur berkualitas lebih tinggi. Kunjungi Sllok Village, Sekapuk Village, dan Ujung Pangkah Gresik untuk merasakan wisata Setigi Gresik. Kendaraan pribadi dapat digunakan untuk sampai ke sana dengan mudah. Dapat melakukan perjalanan Jl. Tuban - Gresik jika berangkat dari kawasan pusat bisnis Gresik. Kemudian akan menempuh jarak sekitar 34,4 kilometer dan membutuhkan waktu sekitar 55 menit untuk melakukannya.

Berdasarkan konteks yang telah diberikan sebelumnya, akademisi tertarik untuk mempelajari seberapa besar dampak tempat wisata, biaya tiket, dan aksesibilitas terhadap seberapa puas wisatawan dengan tempat wisata. Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang topik ini dengan judul penelitian sebagai berikut: "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Harga Tiket, Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Wisata Alam Setigi Gresik".

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Kepuasan Wisatawan

Sensasi kegembiraan atau kekecewaan seseorang yang berkembang setelah mengevaluasi kinerja produk pemikiran versus kinerja atau hasil yang diharapkan disebut sebagai kepuasan, menurut Philip Kotler (2016: 70). Setiap wisatawan akan merasa puas jika kinerja produk memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi mereka. Di sisi lain, jika kinerja produk tidak sesuai harapan, seseorang akan merasa kecewa dan tidak puas.

Lima indikator membentuk instrumen yang digunakan untuk mengukur kepuasan pengunjung dengan variabel menurut Salman Paludi (2017), yaitu:

1. Wahana, yaitu spot foto, alat sewa yang bisa di nikmati para wisatawan yang berkunjung di sekitar lokasi objek wisata.
2. Belanja, yaitu praktik pergi ke toko-toko yang menjual pernak-pernik dan barang-barang lain yang mungkin dibutuhkan wisatawan yang dekat dengan tempat wisata.
3. Makanan, yaitu pilihan, nilai, dan biaya makanan dan minuman yang ditawarkan dekat dengan objek wisata.
4. Acara dan kegiatan, terutama yang disajikan dan yang di mana pengunjung dapat terlibat saat mengunjungi situs..
5. Lingkungan, atau kondisi area di sekitar objek wisata. Ini mencakup keamanan tempat wisata, serta kebersihan, keramahan penduduk setempat, dan ketenangan lingkungan.

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah komponen yang berkontribusi atau menginisiasi pariwisata, bertindak sebagai daya tarik bagi suatu lokasi. Segala sesuatu yang menarik wisatawan ke lokasi tertentu dan cukup menarik untuk membuat mereka tetap di sana lebih lama atau bahkan membujuk mereka untuk kembali dianggap sebagai objek wisata. Baik benda alam maupun buatan manusia dapat berfungsi sebagai tempat wisata (Warpani dan Warpani 2017: 30-31).

Ada lima indikator penting dalam objek wisata, Spillane, (Nuraeni, 2017), yaitu:

1. *Attraction*
2. *Facilities*
3. *Infrastructure*
4. *Keramahtamahan (friendly)*
5. *Hospitality*

Harga

Gitosudarmo (2018: 228) mengemukakan bahwa Harga adalah jumlah uang yang diperlukan untuk membeli sejumlah komoditas tertentu, serangkaian layanan tertentu, atau keduanya. Kuantitas permintaan dan penawaran menentukan harga. Harga, menurut Lupiyoadi (2015: 136), adalah trade-off antara berbagai keuntungan yang ditawarkan produk jasa dan biaya terkait.

Kotler dan Armstrong (2018:278) memberikan indikator harga berikut.:

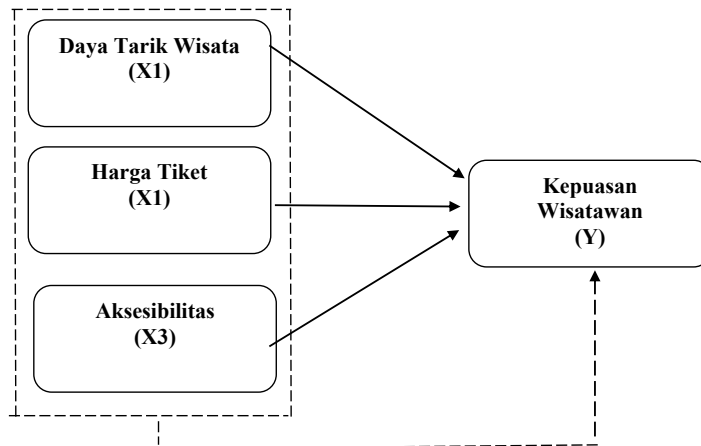
- a) Mengingat kapasitas pembelian konsumen, harganya masuk akal.
- b) Kompatibilitas harga dan kualitas.
- c) Harga wajar dibandingkan dengan barang yang sebanding.

Aksesibilitas

Sebuah destinasi wisata lebih mudah diakses ketika dapat diakses. Menurut Suwantoro (2015:56), Salah satu elemen kunci yang mendorong pertumbuhan wisatawan adalah aksesibilitas karena terkait dengan pertumbuhan lintas sektoral.

menurut Tjiptono (2015: 159), adalah tempat dimana sarana transportasi umum melintas atau berada pada lokasi yang strategis. Jarak, aksesibilitas ke lokasi, transportasi, dan arus lalu lintas adalah indikator aksesibilitas.

Gambar 1 Kerangka Konseptual



Metode Penelitian

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Penelitian penjelas dengan menggunakan teknik pendekatan kuantitatif adalah jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Studi eksplanasi adalah semacam penelitian yang berusaha memperjelas bagaimana variabel berhubungan satu sama lain (Priadana dan Saludin, 2016: 34).

Populasi dan Sampel

Menggunakan rumus Malhotra dalam penyelidikan ini. Karena ukuran Jumlah indikator yang digunakan dapat dikalikan untuk menentukan ukuran sampel. dalam penyelidikan ini, rumus Malhotra dapat dianggap sesuai untuk penelitian ini. Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel, 3 variabel bebas, dan 1 variabel terkontrol. Ada sebanyak 15 indikator. Oleh karena itu, ukuran sampel yang diperlukan dihitung sebagai $15 \times 5 = 75$ responden.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen:

a. Uji Validitas

Sugiyono (2019: 203) mendefinisikan instrumen yang valid sebagai instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Koefisien KMO	Nilai KMO	Keterangan
Kepuasan Wisatawan	0,699	0,50	Valid
Daya Tarik Wisata	0,776	0,50	Valid
Harga	0,678	0,50	Valid
Aksesibilitas	0,760	0,50	Valid

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 1 dengan 100 responden dapat diketahui bahwa hasil koefisien KMO dari variabel daya tarik wisata, harga, aksesibilitas masing-masing variabel memperoleh nilai KMO hitung > nilai KMO sebesar 0,50. Hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa masing-masing pernyataan dalam variabel yang akan diujikan kepada responden valid dan dapat digunakan sebagai penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) mengatakan bahwa reliabilitas mengarah pada sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden sehingga kesungguhan jawaban dapat dipercaya.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Role of Thumb</i>	Keterangan
Kepuasan Wisatawan	0,686	0,60	Reliabel
Daya Tarik Wisata	0,731	0,60	Reliabel
Harga	0,644	0,60	Reliabel
Aksesibilitas	0,710	0,60	Reliabel

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa pada pengujian reliabilitas dilakukan berdasarkan item pernyataan pada setiap variabel yang dapat dilihat hasilnya adalah nilai *cronbach's alpha* lebih besar daripada 0,60 maka item pernyataan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah sebaran data kelompok atau variabel yang digunakan berdistribusi normal atau tidak normal, "Normalitas model regresi variabel disruptif atau residual diperiksa menggunakan uji normalitas (Ghozali, 2015).

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
N		y	x1	x2	x3
		100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	19.5200	19.2000	19.4600	19.8200
	Std. Deviation	2.45559	2.56235	2.24022	2.34577
Most Extreme Differences	Absolute	0.097	0.099	0.114	0.133
	Positive	0.068	0.075	0.111	0.066
	Negative	-0.097	-0.099	-0.114	-0.133
Test Statistic		0.097	0.099	0.114	0.133
Monte Carlo Sig. (2-tailed)		.283 ^d	.268 ^d	.135 ^d	.054 ^d

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) masing-masing memiliki nilai lebih besar daripada 0,05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik:**a. Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi yang ditemukan adanya suatu korelasi antar variabel independen (bebas). Untuk menguji ada atau tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai VIF. Apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolenieritas.

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Daya tarik wisata	0.737	1.356	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga	0.546	1.831	Tidak terjadi multikolinearitas
Aksesibilitas	0.545	1.836	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah 2022

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi ini terdapat ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan satu dengan pengamatan yang lain. Untuk menguji heteroskedastisitas digunakan uji Glesjer. Ketentuan dalam uji heteroskedastisitas adalah apabila nilai signifikan pada masing-masing variabel $> 0,05$ atau 5% maka variabel tersebut bebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Thitung	Sig.	Keterangan
Daya tarik wisata	-1.085	.280	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga	-.214	.831	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Aksesibilitas	.499	.619	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: data diolah 2022

Analisis Regresi Berganda

Model regresi yang disebut regresi linier berganda menggunakan satu variabel batas dan banyak variabel bebas. Regresi linier berganda sangat membantu untuk menentukan berapa banyak faktor yang terhubung dengan variabel yang diuji dapat berdampak

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.682	1.334		-.511	.611
X1	.185	.061	.193	3.040	.003
X2	.651	.081	.594	8.071	.000
X3	.201	.077	.192	2.602	.011

Sumber: data diolah 2022

Dari hasil uji regresi Linear berganda diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta (a) sebesar -.682 artinya bahwa ketika skor variabel daya tarik wisata, harga, dan aksesibilitas dianggap tidak ada atau sama dengan nol, maka nilai kepuasan wisatawan adalah -.682.
- Koefisien regresi variabel daya tarik wisata (β_1) sebesar 0,185 artinya bahwa ketika daya tarik wisata yang dilakukan wisata meningkat maka kepuasan wisatawan akan meningkat. Sebaliknya, ketika ketika daya tarik wisata menurun kepuasan wisatawan akan menurun.
- Koefisien regresi variabel harga (β_2) sebesar 0,651 artinya bahwa ketika harga meningkat maka kepuasan wisatawan akan mengalami peningkatan. Sebaliknya, ketika harga menurun maka kepuasan wisatawan akan menurun.
- Koefisien regresi variabel aksesibilitas (β_3) sebesar 0,201 artinya bahwa ketika aksesibilitas yang dirasakan meningkat maka kepuasan wisatawan akan meningkat. Sebaliknya, ketika aksesibilitas yang dirasakan menurun maka kepuasan wisatawan akan menurun.

Uji Hipotesis**a. Uji F (Simultan)****Tabel 7 Uji F**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	427.231	3	142.410	80.548	.000
Residual	169.729	96	1.768		
Total	596.960	99			

Sumber: data diolah 2022

Uji F (simultan) bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu daya tarik wisata (X1), harga (X2) dan aksesibilitas (X3) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan wisatawan (Y), dan apakah model tersebut sesuai atau tidak. Hasil dari uji F (Simultan) yang didapat dalam penelitian ini adalah berdasarkan tabel 7 didapat nilai F hitung 80.548 lebih besar dari F tabel 2.69 dengan nilai Sig. 0.000 dimana nilai sig. 0.000 lebih kecil daripada 0,05 (5%) maka dapat diartikan bahwa variabel daya tarik wisata (X1), harga (X2) dan aksesibilitas (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y).

b. Uji t (Parsial)

Tabel 8 Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Daya Tarik Wisata (X1)	0.185	0.061	0.193	3.040	0.003
Harga (X2)	0.651	0.081	0.594	8.071	0.000
Aksesibilitas (X3)	0.201	0.077	0.192	2.602	0.011

Sumber: data diolah 2022

Uji t (parsial) bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) terhadap variabel terikat, apakah variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya atau tidak. Berdasarkan hasil uji t yang sudah didapatkan pada tabel 8, maka dapat dihasilkan keterangan sebagai berikut:

- Hasil uji t variabel daya tarik wisata (X1) didapatkan sebesar 3.040 dengan tingkat signifikan $0,003 < 0,05$ yang dimana hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan wisata setigi Gresik.
- Hasil uji t variabel harga (X2) didapatkan sebesar 8.071 dengan tingkat signifikan $0.000 < 0,05$ yang dimana hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan wisata setigi Gresik.
- Hasil uji t variabel aksesibilitas (X3) didapatkan sebesar 2.602 dengan tingkat signifikan $0,011 < 0,05$ yang dimana hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan wisata setigi Gresik.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846	.716	.707	1.20068

Sumber: data diolah 2022

Uji Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 adalah antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Nilai *adjusted* R^2 pada penelitian ini sebesar 0,707 (70,7%), maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel daya tarik wisata (X1), harga (X2) dan aksesibilitas (X3) mempunyai kontribusi terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y) sebesar 70.7% dan sisanya sebesar 29,3% diterangkan oleh variabel independen lain yang tidak ada dalam penelitian.

Pembahasan

- Menurut temuan penelitian, faktor daya tarik wisata, harga, dan aksesibilitas yang digabungkan memiliki dampak substansial pada kepuasan pengunjung. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi daya tarik wisata yang diberikan kepada wisatawan, harga yang sesuai serta kemudahan

dalam aksesibilitas maka akan semakin tinggi pula kepuasan wisatawan pada wisata alam setigi Gresik.

- b. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Berdasarkan Hasil nilai total mean yang tertinggi yaitu pernyataan x1.1 “Saya tertarik dengan obyek wisata alam setigi yang mempunyai ciri khas” bearti dapat kita lihat bahwa kepuasan wisatawan pada wisata alam setigi Gresik di pengaruhi oleh daya tarik wisata yang mempunyai ciri khas. Dan hasil menunjukan bahwa secara parsial Tingkat kepuasan wisatawan sangat dipengaruhi oleh tempat wisata, menurut Setigi Gresik. Ini mengklarifikasi bahwa semakin besar objek wisata yang ditentukan kepada wisatawan seperti spot foto yang menarik, acara-acara yang menarik maka semakin tinggi kepuasan wisatawan pada obyek wisata.
- c. Analisis temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dampak penetapan harga terhadap kebahagiaan pengunjung sangat besar. Hasil berdasarkan nilai total mean yang tertinggi yaitu pernyataan x2.1 “Harga yang diberikan oleh obyek wisata relatif murah” bearti dapat kita lihat bahwa dengan harga tiket yang relatif murah dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pada wisata alam setigi Gresik. Dan hasil uji t menunjukan bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan wisata setigi Gresik. Hal ini menjelaskan bahwa semakin murah harga pada obyek wisata maka semakin tinggi kepuasan wisatawan pada obyek wisata.
- d. Penelitian temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kesenangan pengunjung secara signifikan dipengaruhi oleh aksesibilitas. Hasil berdasarkan nilai total mean yang tertinggi yaitu pernyataan x3.1 “Akses yang di tempuh sangat mudah” bearti dapat kita perhatikan bahwa dengan aksesibilitas yang mudah dapat berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan wisata alam Gresik Dan dengan akses yang mudah kita dapat melakukan perjalanan dengan lancar. Dan hasil uji t menunjukan bahwa secara parsial Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan wisata setigi Gresik.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan alat SPSS 25.0 dengan sampel berjumlah 100 responden maka terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel daya tarik, harga tiket, dan aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Alam Setigi Gresik.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel daya tarik terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Alam Setigi Gresik.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga tiket terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Alam Setigi Gresik.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Alam Setigi Gresik.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

1. meningkatkan jumlah responden karena dalam penelitian ini hanya menggunakan 100 responden, sehingga data yang diperoleh belum menggambarkan kondisi secara rinci yang menimbulkan kepuasan wisatawan pada wisata alam setigi Gresik secara luas.
2. hanya menganalisis variabel daya tarik wisata, harga dan aksesibilitas sebagai faktor penentu kepuasan wisatawan pada wisata alam setigi Gresik.

3. Teknik pengumpulan data yang dilakukan hanya berupa kuesioner dan tidak menggunakan teknik wawancara mendalam karena keterbatasan peneliti, sehingga data yang didapatkan pada kuesioner hanya berupa jawaban dari opsi yang telah dibuat.

Saran

Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Dapat menambah item-item pernyataan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.
2. Agar dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan seperti kualitas pelayanan dll.
3. Menambah teknik pengumpulan data seperti wawancara agar mendapatkan informasi secara rinci dan hasil penelitian yang lebih baik

Referensi

- Alma, Buchari. (2017), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
- Asmoro, A. Y., & Aziz, M. (2020), JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan) Potensi Pengembangan Setigi sebagai Destinasi Wisata. September.
- Assael. (2017), Consumer Behavior and Marketing Action Edisi 3. Boston Massachusset AS: Kent Publishing Company.
- Gitosudarmo, Indruyo. (2018), Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua, Cetakan Keenam. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Ismail, M. K. J. (2017), PENGEMBANGAN PARIWISATA KOTA BATU BAGI (Studi pada Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang).
- Kotler, Amstrong (2016:324), Marketing For Hospitality and Jurnal Pariwisata 2016 9 Tourism. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. (2016), Manajemen Pemasaran Edisi 11. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip, Armstrong. (2018), Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R.S. (2019), Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. Jurnal EMBA, 7(4): 5505:5513.
- Lupiyoadi, Rambat. (2015), Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat, Jakarta.
- Nuraeni, Bellinda Sofia. (2017), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang, Universitas Diponegoro Semarang.
- Paludi, Salman, 2016. Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, Dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan. Tesis, MM IBN Jakarta.
- Pitana, Gayatri. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Simamora, H. (2016), Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi 2. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Soekadijo, R.G. 2003. Anatomi Pariwisata. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sunyoto, D. 2015. Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Yogyakarta: CAPS. Supranto.
- Suwantoro (2015), Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.
- Suryadana, M. L., Octavia, V. (2015), Pengantar Pemasaran Pariwisata. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulistiyana (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Kompas.
- Tandjung, J. W. (2015), Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan. Edisi Kedua. Bayumedia. Malang
- Tjiptono, F. (2015), Pemasaran jasa, prinsip: penerapan dan penelitian. Yogyakarta: Andi.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2017. Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta : Andi.
- Utama, (2017:141), Pengantar Ilmu Pariwisata. Jakarta.

Warpani SP, Warpani I (2017), *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*, Bandung: Penerbit ITB
Witt, S. F. (2016), *Tourism Marketing and Management*. Prentice Hall International.
Zeithmal (2016). *Teori-teori Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Ahmad Rizqi Al Aisar (*) Adalah Mahasiswa FEB UNISMA

N. Rachma () Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA**

Rahmawati (*) Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA**