

**Analisis Pengaruh Atribut 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary*) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Tujuan Wisata  
Elo Rafting Magelang**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH**

**IGNATIUS ALDO HERMAWAN**

**11140013**

**FAKULTAS BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**Analisis Pengaruh Atribut 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary*) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Tujuan Wisata Elo Rafting Magelang**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH**

**IGNATIUS ALDO HERMAWAN**

**11140013**

**FAKULTAS BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**Analisis Pengaruh Atribut 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary*) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Tujuan Wisata  
Elo Rafting Magelang**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen

**Disusun oleh :**

**IGNATIUS ALDO HERMAWAN**

**NIM : 11140013**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**Analisis Pengaruh Atribut 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary*) Terhadap  
Kepuasan Pengunjung Pada Tujuan Wisata Elo Rafting Magelang**

telah diajukan dan dipertahankan oleh

**Ignatius Aldo Hermawan**

**11140013**

Dalam ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

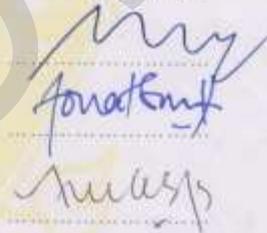
Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen pada tanggal **05 JUN 2018**

Nama Dosen

1. Dra Ety Istriani, MM  
(Ketua Tim)
2. Jonathan Herdioko, SE, MM  
(Dosen Penguji)
3. Dra. Purwari Retno Andalas, MM  
(Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan



Yogyakarta, **25 JUN 2018**

Disahkan Oleh

Dekan,



Dr. Snggih Santosa, MM

Wakil Dekan 1 Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**Analisis Pengaruh Atribut 4A (Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary)  
Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Tujuan Wisata Elo Rafting Magelang**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi lain atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah di cantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 26 Mei 2018



Ignatius Aldo Hermawan

11140013

## HALAMAN MOTTO

Apa arti ijazah yang bertumpuk, jika keperdulian dan kepekaan tidak ikut di pupuk?

-Najwa Shihab-

“KEBERHASILAN BUKANLAH MILIK ORANG YANG PINTAR. KEBERHASILAN ADALAH KEPUNYAAN MEREKA YANG SENANTIASA BERUSAHA”.

– B.J. HABIBIE-

“Dreams never hurt anybody if he keeps working right behind the dream to make as much of it come real as he can.”

-F. W. Woolworth-

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang menjadi sumber pertolongan dan pemberi hikmat dalam hidup. Karena atas berkat, karunia dan hikmatNya segala macam kesulitan dan hambatan yang sempat dialami pada proses pembuatan skripsi dapat dilalui dan diatasi, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

Untuk kedua orang tua saya ibuk dan bapak, saya sangat mengucapkan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena telah memberi kedua orang tua yang begitu sangat berjasa dan sabar dalam mendidik saya sampai sekarang. Memberi dukungan dan doa yang tak pernah henti, segala jerih payah yang diberikan agar anaknya dapat sekolah hingga sampai saat ini sampai dengan terselesaikannya skripsi ini. Dan untuk adik saya Tita, trimakasih telah menjadi motivasi dalam mengerjakan skripsi ini dan selalu menemani saat mengerjakan skripsi ini. Untuk teman-teman seperjuangan saya di kampus dari semester I sampai sekarang kak Resky, David, Lybowa, Erry, Indra P, Wisnu, Indra P Y, Desy, Valinda, Kris, Dwiky, kak Resky, Dorty, Lisna, Yuni, Yudhit, Lois, Rico, Happy dan teman lainnya. Terimakasih atas dukungan dan motivasinya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Terimakasih untuk nenek Suratmi, kakek Mardi Hadi Taryono, bapak Wanto, mas Ricky, Boni, Cubrut dkk yang memberikan bantuan, dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Untuk kekasih saya yang ada di Magelang Aprillia Rizka Desintha, terimakasih atas dukungan dan doanya selama ini sampai dengan terselesaikannya skripsi ini

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat bimbingan dan campur tangan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Atribut 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary*) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Tujuan Wisata Elo Rafting Magelang**”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Sejak awal penyusunan skripsi ini hingga selesai, penulis mendapat banyak bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala bimbingan dan karunia-Nya
2. Ibu Dra. Purwani Retno A, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan sejak penentuan judul hingga selesainya penulisan skripsi.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, M.M. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D. selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen.
5. Segenap Dosen dan Staf Pendukung Akademik di Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang telah banyak memberikan bantuan dalam proses akademik dan administrasi selama masa perkuliahan.
6. Ayah saya Agung Heri Agustono, yang yakin bahwa saya pasti bisa terus melangkah.
7. Ibu saya Sri Tawan Taryati, yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan dalam segala hal.
8. Adik kecil saya Gabriella Nisita Hermawan, selalu menemani ketika mengerjakan skripsi di rumah.
9. Para pengisi kuesioner yang telah meluangkan pemikiran dan waktu sehingga memberikan peran dalam terselesainya penelitian ini.
10. Pihak-pihak yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi dalam

proses penyelesaian skripsi ini :

- a. Teman-teman penghuni kamar mandi Agape It 3 David Sales, Lybowa Estebar, Erry Jaster, Wisnu Wardhana, Indra Prahasta, Indra Putra
  - b. Teman-teman seperjuangan di proses pengerjaan skripsi: Valinda, Sherly, Yudhit, Ida, Evi.Vani
  - c. Teman-teman gereja Karin, bu Ning, mas Roma, Netta, Theda, Pulung dll.
  - d. Teman-teman : Bastian, Nadia, Wiliam, Ave, Flandy, Yulius, Atika, mas Beni, Eko dkk
  - e. Untuk teman-teman baik di konsentrasi pemasaran dan keuangan terimakasih atas dukungan dan bantuannya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik
11. Semua pihak yang telah membantu dalam keseluruhan proses yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam skripsi ini, karena keterbatasan dalam diri penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat semakin berguna bagi semua pihak.

Yogyakarta, 25 Mei 2018

Ignatius Aldo Hermawan

NIM: 11140013

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
ABSTRACT.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Batasan Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Pemasaran Jasa.....	10
2.2 Jasa Pariwisata .....	13
2.3 Kepuasan Konsumen.....	18
2.4 Kerangka Pikir .....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	22

3.2 Lokasi Penelitian .....	22
3.3 Populasi dan Sampel .....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.5 Pengukuran Variabel .....	24
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	24
3.6.1 Uji Validitas .....	25
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	26
3.7 Statistik Deskriptif.....	26
3.8 Alat Analisa Data.....	27
3.9 Regresi Linier Berganda.....	27
3.9.1 Uji F.....	29
3.9.2 Uji T .....	29
3.9.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	30
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Uji Instrument .....	32
4.1.1 Uji Validitas .....	32
4.1.2 Uji Reliabilitas .....	34
4.2 Statistik Deskriptif.....	35
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	35
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	36
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Asal Kota.....	37
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Dengan Siapa Responden Berkunjung .....	39
4.2.7 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung Selama 6 Bulan .....	40
4.3 Hasil Regresi .....	40
4.4 Koefisien Determinasi (Uji r).....	43

4.5 Hasil Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	44
4.6 Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T) .....	45
4.7 Pembahasan.....	48
4.7.1 Pengaruh Variabel Attractions Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	48
4.7.2 Pengaruh Variabel Accessibility Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	49
4.7.3 Pengaruh Variabel Amenities Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	49
4.7.4 Pengaruh Variabel Ancillary Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	51
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Banyaknya Jumlah Pengunjung Wisata Di Pulau Jawa.....	4
Table 1.2 Distribusi Pengunjung Obyek Wisata Di Jawa Tengah.....	5
Tabel 3.1 Skala Likert.....	24
Tabel 4.1 Hasil Validitas.....	33
Tabel 4.2 Hasil Reliabilitas.....	34
Tabel 4.3 Proporsi Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.4 Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.5 Proporsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	36
Tabel 4.6 Proporsi Responden Berdasarkan Asal Kota.....	37
Tabel 4.7 Proporsi Respoden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.8 Proporsi Respoden Berdasarkan Dengan Siapa Berkunjung.....	39
Tabel 4.9 Proporsi Respoden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung Selama 6 Bulan.....	40
Tabel 4.10 Coefficients Regresi.....	41
Tabel 4.11 Hasil Uji r.....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji f.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
------------------------------------	----

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner Penelitian.....	58
Lampiran 2 Data Responden.....	61
Lampiran 3 Reliability .....	64
Lampiran 4 Analisi Deskriptif .....	65
Lampiran 5 Regresi.....	67
Lampiran 6 Surat Izin Penelitian.....	69
Lampiran 7 Formulir Revisi.....	70

©UKDWN

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari atribut *attraction*, *accessibility*, *amenities* dan *ancillary* terhadap kepuasan pengunjung pada tujuan wisata Elo Rafting baik secara parsial ataupun simultan. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan masyarakat yang pernah berkunjung ke obyek wisata Elo Rafting. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang signifikan.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa hanya pada variabel *attractions* dan *amenities* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan pada variabel *accessibility* berpengaruh negatif namun tidak signifikan dan *ancillary* berpengaruh positif namun juga tidak signifikan. Angka *Adjusted R Square* adalah 0,228, Kepuasan Pengunjung dapat dijelaskan oleh variasi variabel *Attractions*, *Accessibility*, *Amenities* dan *Ancillary* sebesar 22%. Hal ini juga mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1, X2, X3 dan X4 terhadap Y adalah sebesar 22%. Sedangkan sisanya sebesar 78% dipengaruhi oleh variasi variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata Kunci:** *attractions*, *accessibility*, *amenities*, *ancillary*, kepuasan pengunjung

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the effect of attraction, accessibility, amenities and ancillary attributes to visitor satisfaction on Elo Rafting tourist destination either partially or simultaneously. Document analysis used in this research were descriptive and quantitative. The sampling technique used in this research was purposive sampling. The sample in this study amounted to 100 people who have visited the Elo Rafting tourist attraction. The documents collection was done by using questionnaires that have been tested with the validity and reliability. Documents were analyzed using multiple linear regression analysis to identify the significant variables.*

*Hypothesis tested by t test shows that only on the variables of attractions and amenities that have positive and significant impact on visitor satisfaction. Whereas variable accessibility variable has negatives and ancillary have positive effect but both are not significant. The Adjusted R Square number is 0,228, Visitor Satisfaction can be explained by variations of the Attraction, Accessibility, Amenities and Ancillary variables of 22%. It also means that the effect of variables X1, X2, X3 and X4 on Y is 22%. While the rest equal to 78% influenced by variations of other variables outside this study.*

**Keywords :** *attractions, accessibility, amenities, ancillary, visitor's satisfaction*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari atribut *attraction*, *accessibility*, *amenities* dan *ancillary* terhadap kepuasan pengunjung pada tujuan wisata Elo Rafting baik secara parsial ataupun simultan. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan masyarakat yang pernah berkunjung ke obyek wisata Elo Rafting. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang signifikan.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa hanya pada variabel *attractions* dan *amenities* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan pada variabel *accessibility* berpengaruh negatif namun tidak signifikan dan *ancillary* berpengaruh positif namun juga tidak signifikan. Angka *Adjusted R Square* adalah 0,228, Kepuasan Pengunjung dapat dijelaskan oleh variasi variabel *Attractions*, *Accessibility*, *Amenities* dan *Ancillary* sebesar 22%. Hal ini juga mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1, X2, X3 dan X4 terhadap Y adalah sebesar 22%. Sedangkan sisanya sebesar 78% dipengaruhi oleh variasi variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata Kunci:** *attractions*, *accessibility*, *amenities*, *ancillary*, kepuasan pengunjung

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the effect of attraction, accessibility, amenities and ancillary attributes to visitor satisfaction on Elo Rafting tourist destination either partially or simultaneously. Document analysis used in this research were descriptive and quantitative. The sampling technique used in this research was purposive sampling. The sample in this study amounted to 100 people who have visited the Elo Rafting tourist attraction. The documents collection was done by using questionnaires that have been tested with the validity and reliability. Documents were analyzed using multiple linear regression analysis to identify the significant variables.*

*Hypothesis tested by t test shows that only on the variables of attractions and amenities that have positive and significant impact on visitor satisfaction. Whereas variable accessibility variable has negatives and ancillary have positive effect but both are not significant. The Adjusted R Square number is 0,228, Visitor Satisfaction can be explained by variations of the Attraction, Accessibility, Amenities and Ancillary variables of 22%. It also means that the effect of variables X1, X2, X3 and X4 on Y is 22%. While the rest equal to 78% influenced by variations of other variables outside this study.*

**Keywords :** *attractions, accessibility, amenities, ancillary, visitor's satisfaction*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia adalah negara yang dikenal dengan negara kepulauan terbesar di dunia, yaitu memiliki luas wilayah sebesar 1,904,569 km<sup>2</sup> dengan jumlah pulau sebanyak 17.508 pulau. Indonesia juga dikenal sebagai negara yang memiliki keadaan alam yang sangat mempesona, sehingga banyak wisatawan yang ingin datang ke Indonesia untuk menikmati alam kita. Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Program pengembangan dan pemanfaatan sumber daya serta potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Hal tersebut sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisata yang menyatakan bahwa “Penyelenggaraan Kepariwisata ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.” Perkembangan pariwisata juga dapat mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi, karena hal tersebut menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa.

Selama berwisata, wisatawan akan berbelanja, sehingga secara langsung menimbulkan permintaan pasar barang dan jasa. Pariwisata sebuah dituntut untuk berkembang pada masa ke masa agar tetap menarik minat para wisatawan untuk datang berkunjung.

Alam Indonesia sangat berpotensi untuk menarik wisatawan yang akan berakibat meningkatkan devisa pada tiap tahunnya. Hal tersebut terlihat dari PDB dalam lima tahun terakhir yaitu tahun 2010 sd 2015 selalu mengalami peningkatan. Menurut sumber BPS/Kementerian Pariwisata, tahun 2010 kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB sebesar 261,05 T menjadi 461,36 T rupiah. Kontribusi sektor pariwisata terhadap Devisa juga meningkat dari 7.603,45 juta dollar pada tahun 2010 menjadi 12.225,89 juta dollar (2015) dan kontribusi terhadap Tenaga Kerja sebesar 4 juta orang tahun 2010 menjadi 12,1 juta orang atau 10,6% dari total tenaga kerja nasional. Di tahun 2019 akhir RPJM (Rencana Pembangunan Jangka Menengah) periode kepemimpinan Presiden Joko Widodo menargetkan wisatawan asing berkunjung berjumlah 20 juta, wisatawan dari dalam negeri berjumlah 275 juta orang. Target yang tinggi tersebut juga disertai beberapa kebijakan pariwisata yang diluncurkan oleh pemerintahan presiden Joko Widodo sebagai bentuk keseriusannya membangun pariwisata di Indonesia untuk meningkatkan devisa besar bagi negara. Adapun beberapa kebijakannya menurut adalah:

1. Kucurkan Dana Besar Sokong Pembangunan Pariwisata

Salah satu cara presiden Jokowi untuk membuat pariwisata Indonesia menjadi terpopuler di dunia ini dengan mengucurkan dana Rp.5,6 triliun untuk membangun infrastruktur dan promosi wisata. Seperti yang

diungkapkan oleh Penasihat Kehormatan Menteri Pariwisata, Sapta Nirwandar.

## 2. Pemberian Bebas Visa

Untuk menjadikan Pariwisata Tanah Air Indonesia menjadi terpopuler di dunia, Jokowi memutuskan kebijakan berupa pemberlakuan bebas visa untuk 92 negara.

## 3. Infrastruktur Perhubungan diperkuat

Untuk mengembangkan destinasi wisata agar Pariwisata Indonesia menjadi terpopuler ini dikabarkan Presiden Jokowi mengungkapkan ada tiga hal besar yang harus dilakukan yang diantaranya adalah kapal diperlukan untuk akses antar pulau karena kalau tidak biayanya akan mahal sekali.

Begitu banyaknya keindahan alam serta budaya di Indonesia yang tentunya memiliki ciri khas yang bermacam-macam pada setiap daerahnya, sehingga dapat dikatakan bahwa di setiap daerah di Indonesia memiliki tempat wisata yang khas dan dapat menjadi identitas daerah tersebut contohnya Papua dengan Raja Ampat, Sumatera Utara dengan danau Toba, Bali dengan pantai Kuta, Jawa Tengah dengan Borobudur dan masih banyak lainnya. Di Pulau Jawa yang merupakan pulau yang sering di kunjungi wisatawan karena pariwisatanya yang unik dan beragam. Pada Tabel 1.1 dapat terlihat bahwa pada tahun ke tahun dari 2010-2014 wisatawan yang berkunjung mengalami kenaikan di setiap tahunnya. Hal itu menandakan berkembangnya pariwisata di pulau Jawa. Dari tabel 1.1 tersebut dapat juga kita lihat bahwa jumlah pengunjung pada tahun 2014, Provinsi Jawa Tengah menduduki peringkat ketiga di Jawa setelah Jawa

Timur dan Jawa Barat dengan jumlah pengunjung 30.271.679 orang. Menduduki peringkat ketiga menunjukkan bahwa potensi wisata di Jawa Tengah kurang diminati wisatawan untuk datang berkunjung dibandingkan dengan provinsi lain di Jawa, salah satu penyebab kurangnya peminat wisatawan ke objek wisata adalah kurang terawatnya objek wisata. Jumlah pengunjung objek wisata di Jawa Tengah mengalami penurunan 1,65 persen pada tahun 2011 dari 22.592.951 orang menjadi 22.219.865 orang. Penurunan tersebut disebabkan karena bencana alam yang terjadi di Kabupaten Magelang yang merupakan daerah yang paling banyak menarik wisatawan di Jawa Tengah seperti yang tertulis di table 1.2. Jumlah pengunjung objek wisata pada tahun 2012 naik 15,23 persen dari 22.219.865 orang menjadi 25.603.157 orang. Kenaikan tersebut dikarenakan objek wisata unggulan di Kabupaten Magelang seperti Candi Borobudur, Ketep Pass dan Candi Mendut kembali beroperasi paska meletusnya gunung Merapi. Kemudian kunjungan wisatawan pada tahun 2013 sampai dengan 2014 mengalami tren yang baik dari jumlah pengunjung mancanegara maupun jumlah pengunjung nusantara.

Tabel 1.1

**Banyaknya Jumlah Pengunjung  
Daya Tarik Wisata Jawa Tahun 2010-2014**

Provinsi	Pengunjung (Orang)					Pertumbuhan (%)			
	2010	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
DKI Jakarta	19.052.721	19.621.594	21.937.074	19.411.411	11.343.308	2,99	11,80	(11,51)	(41,56)
Jawa Barat	29.582.656	28.300.085	28.679.423	34.083.073	34.677.903	(4,34)	1,34	18,84	1,75
<b>Jawa Tengah</b>	<b>22.592.951</b>	<b>22.219.865</b>	<b>25.603.157</b>	<b>29.818.752</b>	<b>30.271.679</b>	<b>(1,65)</b>	<b>15,23</b>	<b>16,47</b>	<b>1,52</b>
DI Yogyakarta	8.157.393	9.342.243	11.507.556	11.666.232	13.943.387	14,52	23,18	1,38	19,52
Jawa Timur	25.317.171	27.483.643	33.422.435	39.888.046	45.824.802	8,56	21,61	19,35	14,88
Banten	48.190.577	24.119.612	24.586.502	18.072.420	-	(49,95)	1,94	(26,49)	-

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah 2011-2015, diolah.

Tabel 1.2

**Distribusi Pengunjung Obyek Wisata/Taman Rekreasi  
Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2010-2014**

Kabupaten/Kota	Distribusi Pengunjung (persen)				
	2010	2011	2012	2013	2014
Kab. Cilacap	2,39	3,84	1,93	1,37	1,71
Kab. Banyumas	2,50	3,61	3,72	3,30	4,71
Kab. Purbalingga	6,47	6,76	5,67	4,89	4,36
Kab. Banjarnegara	1,59	2,08	2,93	2,39	2,72
Kab. Kebumen	2,48	3,22	3,15	3,71	3,11
Kab. Purworejo	0,84	0,78	0,82	0,74	1,70
Kab. Wonosobo	1,21	1,31	1,61	1,62	1,96
<b>Kab. Magelang</b>	<b>14,15</b>	<b>11,92</b>	<b>13,96</b>	<b>13,60</b>	<b>13,24</b>
Kab. Boyolali	2,49	1,65	1,10	1,35	1,27
Kab. Klaten	1,37	1,45	1,11	0,76	1,06
Kab. Sukoharjo	0,47	0,49	0,26	0,22	0,19
Kab. Wonogiri	7,27	2,12	2,26	1,33	1,12
Kab. Karanganyar	5,43	4,89	4,01	3,69	3,56
Kab. Sragen	1,12	1,28	2,15	1,96	1,12
Kab. Grobogan	0,36	0,36	1,11	1,36	0,74
Kab. Bora	0,90	0,60	0,38	0,10	0,27
Kab. Rembang	1,26	1,89	1,53	8,04	1,30
Kab. Pati	1,87	1,88	3,30	3,84	3,17
Kab. Kudus	5,11	4,54	2,90	3,08	5,58
Kab. Jepara	3,10	5,53	5,07	4,73	4,98
Kab. Demak	5,39	5,67	5,81	5,17	4,73
Kab. Semarang	3,88	3,99	4,75	4,59	5,04
Kab. Temanggung	0,99	1,59	1,43	0,98	1,01
Kab. Kendal	0,56	0,66	0,75	0,64	0,62
Kab. Batang	1,93	1,88	1,59	1,20	1,05
Kab. Pekalongan	0,37	1,04	0,81	0,94	0,86
Kab. Pemasang	2,99	2,27	1,59	0,99	0,95
Kab. Tegal	2,36	2,37	2,15	2,10	2,20
Kab. Brebes	0,93	0,72	0,63	0,87	0,97
Kota Magelang	3,94	2,76	3,36	2,28	2,29
Kota Surakarta	3,61	7,94	8,33	7,92	10,79
Kota Salatiga	0,16	0,89	0,53	0,84	0,28
Kota Semarang	7,57	5,23	6,82	6,71	8,94
Kota Pekalongan	1,00	1,03	0,92	1,17	0,77
Kota Tegal	1,96	1,75	1,54	1,53	1,66
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, 2011-2015  
diolah.

Pada Tabel 1.2 terlihat bahwa distribusi pengunjung Kabupaten Magelang lebih banyak dibandingkan dengan Kabupaten dan Kota lain di Jawa Tengah setiap tahunnya. Banyaknya jumlah pengunjung di Kabupaten Magelang dikarenakan daerah tersebut merupakan salah satu contoh daerah yang memiliki tempat wisata menarik bagi wisatawan mancanegara dan lokal. Daya tarik utama wisatawan berkunjung ke Magelang adalah candi Borobudur yang dikenal sebagai candi Budha terbesar di dunia dan ditetapkan sebagai 7 keajaiban dunia.

Wisatawan yang biasa berkunjung ke Borobudur adalah rombongan wisata, study tour, traveller, pemuka agama Budha dll. Banyak wisatawan yang datang ke Magelang hanya untuk menikmati kemegahan candi Borobudur saja padahal ada banyak tempat wisata menarik disekitarnya. Hal tersebut terjadi karena kurangnya promosi dari pemerintah tentang wisata yang menarik lainnya seperti contoh seperti Candi Mendut, Candi Pawon, Gereja Ayam, Punthuk Setumbu dan wisata petualangan mengarungi sungai Elo yaitu Elo *rafting*. Akan tetapi pada beberapa tahun kebelakang muncul wisata baru yang sedang berkembang di Kabupaten Magelang. Wisata tersebut adalah gabungan antara wisata alam dan olahraga yaitu *Rafting*. *Rafting* dalam beberapa tahun ini menjadi aktivitas yang digandrungi oleh masyarakat hal ini dikarenakan banyaknya acara di TV yang mengajak untuk menjelajah pesona alam Indonesia dan ditambah lagi dengan kekuatan media social yang sangat besar menarik minat masyarakat untuk berwisata alam. Rafting adalah sebuah aktifitas yang memadukan unsur petualangan, edukasi, olahraga dan rekreasi dengan mengarungi alur sungai yang ber jeram menggunakan media *boat* karet, dayung, kayak, dan kano. (Ayung rafting). Kabupaten Magelang memiliki 2 sungai yang sering digunakan untuk rafting/arung jeram, sungai tersebut yaitu sungai Elo dan sungai Progo. Sungai Elo adalah sungai favorit yang digunakan untuk rafting karena arus dan medannya tidak terlalu ekstrim, sehingga aktifitas *rafting* di sungai Elo dapat dikatakan ramah untuk keluarga dengan batasan umur 8-65 tahun. Sungai ini sangat ideal untuk berwisata arung jeram di kawasan Magelang, karena karakter aliran yang stabil dan relatif aman untuk diarungi baik di musim kemarau atau musim hujan. Sungai Elo berhulu dari Gunung Merbabu, Gunung Telomoyo dan Gunung

Ungaran, sehingga tidak dipengaruhi oleh aliran material vulkanik dari Gunung Merapi

Metode yang ingin digunakan penulis yaitu penggunaan atribut penawaran kepariwisataan yang berjumlah 4 atribut yaitu *Attraction*, *Accessibility*, *Amenity*, *Ancillary* atau biasa disebut atribut 4A. Dari uraian diatas, peneliti memandang perlunya kajian kepuasan wisatawan setelah mengunjungi Elo Rafting. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Atribut 4A (*Attraction*, *Accessibility*, *Amenity*, *Ancillary*) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Tujuan Wisata Elo Rafting Magelang”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang akan dibuat oleh peneliti adalah:

1. Apakah atribut “*attraction*” berpengaruh signifikan terhadap kepuasan para pengunjung Elo *rafting*?
2. Apakah atribut “*accessibility*” berpengaruh signifikan terhadap kepuasan para pengunjung Elo *rafting*?
3. Apakah atribut “*amenity*” berpengaruh signifikan terhadap kepuasan para pengunjung Elo *rafting*?
4. Apakah atribut “*ancillary*” berpengaruh signifikan terhadap kepuasan para pengunjung Elo *rafting*?
5. Apakah atribut 4A *Attractions*, *Accessibility*, *Amenities*, *Ancillary* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan para wisatawan Elo *rafting*?

### 1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh *Attractions* terhadap kepuasan pengunjung Obyek Wisata Elo Rafting.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *Accessibility* terhadap kepuasan pengunjung Obyek Wisata Elo Rafting.
- c. Untuk menganalisis pengaruh *Amenities* terhadap kepuasan pengunjung Obyek Wisata Elo Rafting.
- d. Untuk menganalisis pengaruh *Ancillary* terhadap kepuasan pengunjung Obyek Wisata Elo Rafting.
- e. Untuk menganalisis pengaruh *Attractions*, *Accessibility*, *Amenities*, *Ancillary* terhadap kepuasan pengunjung Obyek Obyek Wisata Elo Rafting

### 1.4 Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian yang diperoleh adalah:

1. Bagi Pemerintah daerah. Khususnya dinas pariwisata kabupaten magelang dapat bermanfaat sebagai evaluasi dan masukan dalam membangun pariwisata di kabupaten Magelang menjadi lebih baik.
2. Bagi pengelola. Agar pengelola dapat memperoleh gambaran tentang respon pengunjung terhadap Elo *rafting* beserta berbagai fasilitasnya, sehingga dapat menjadi dasar untuk mengambil keputusan dalam mengembangkan obyek wisata tersebut dan mengelolanya dengan lebih baik.

3. Bagi Peneliti. Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan terapan disamping pengetahuan teoritis yang didapat selama kuliah. Selain itu sebagai salah satu syarat yang harus terpenuhi untuk memperoleh derajat kesarjanaan S1 pada Fakultas bisnis UKDW.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas sehingga mendapat hasil yang baik serta terarah sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti, maka dilakukan batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan kepada 100 orang responden, yaitu mereka yang pernah berkunjung dan menikmati wisata arung jeram di Elo Rafting
2. Tempat penelitian dilakukan di Elo *Rafting*, Magelang
3. Waktu penelitian dilakukan selama bulan Maret– Juni 2018
4. Variabel yang diteliti adalah 4A (*Attraction, accessibility, Amenity, Ancillary*) dan Kepuasan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis berkaitan dengan Analisis Pengaruh Atribut 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary*) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Tujuan Wisata Elo Rafting Magelang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1. Total responden yang didapatkan dan diperlukan adalah 100 orang responden. Berikut analisis profil responden, yang pertama adalah usia responden paling banyak mendominasi adalah dari umur 28 tahun sampai 35 tahun yaitu sebanyak 45 orang atau 45% dengan didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 55 orang (55%), dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah berpendidikan SMA/Sedrajat dengan 43 orang atau 43%, wisatawan yang berkunjung ke Elo rafting kebanyakan berasal dari berbagai macam kota di Jawa Tengah yaitu sebanyak 63 orang atau 63%, kemudian untuk pekerjaan dari 100 orang responden pekerjaan paling banyak adalah pegawai swasta dengan 29 orang (29%), mayoritas pengunjung ke elo rafting berkunjung bersama rekan kerja sebanyak 42 orang (42%) dan yang terakhir rata rata pengunjung berkunjung ke Elo *rafting* dalam 6 bulan terakhir terbanyak adalah responden berkunjung 1 kali dalam 6 bulan terdapat 85 orang atau (85%)

5.1.2. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Attractions* dan *Amenities* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung di Elo *rafting* Magelang. Sedangkan variabel *Accessibility* dan *Ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Elo *Rafting* Magelang. Hal ini dapat diartikan atau disimpulkan bahwa masyarakat yang berkunjung ke Elo Rafting Magelang merasakan kepuasan berdasarkan *Attractions* dan *Amenities* yang dimiliki Elo Rafting Magelang.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat. Maka penulis memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian ini yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak pengelola obyek wisata Elo Rafting dan bagi peneliti selanjutnya.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

### **5.2.1. Saran Bagi Pengelola**

Jika dilihat dari sisi atraksinya yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung maka saran peneliti adalah untuk menjaga supaya kualitas atraksi/*Attractions* yang ada menjadi lebih baik dan pengelola juga bisa menambah macam aktivitas yang menjadi daya tarik utama seperti contoh: mungkin tidak hanya rafting saja tetapi juga bisa menyediakan aktivitas seperti tubing, kano, kayak dan lain-lainnya. Kedua, jika dilihat dari variabel akses/*Accessibility* yang

tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung maka saran peneliti adalah tetap meningkatkan dan memelihara faktor faktor yang menunjang atribut akses contohnya: kondisi jalan, petunjuk menuju lokasi rafting, akses transportasi umum dll. Meskipun akses tidak berpengaruh signifikan bagi pengunjung tetapi pengelola juga harus memperhatikan atribut akses untuk dibenahi dengan baik sehingga pengunjung dapat lebih terpuaskan ketika mengunjungi *Elo Rafting*. Ketiga, jika dilihat dari variabel fasilitas/*Amenities* yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung adalah perawatan secara berkala terhadap fasilitas yang ada di *Elo Rafting* dan selalu meningkatkan standar pelayanan kepada pengunjung entah itu dari sisi kebersihan, kerapian, kecakapan, profesionalitas pegawai dan lain-lainnya. Keempat, jika dilihat dari fasilitas pendukung/kelembagaan/*Ancillary* yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung, saran peneliti adalah pengelola dapat menggandeng pihak investor untuk mendirikan penginapan/poliklinik/penyediaan mesin ATM dan penyediaan SPBU mini sebagai penunjang kebutuhan lain pengunjung yang berada di *Elo Rafting*

## 5.2.2. Saran Bagi Peneliti selanjutnya

- 5.2.2.1. Dalam penelitian ini, variabel bebas penulis hanya berfokus dan terbatas pada variabel *Attractions*, *Accessibility*, *Amenities* dan *Ancillary* terhadap Kepuasan Pengunjung saja saran peneliti adalah peneliti selanjutnya diharapkan mampu menemukan dan meneliti

factor-faktor lain selain 4 faktor tersebut yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

5.2.2.2. Dalam penelitian ini juga, hasil penelitian dari variabel *Accessibility* dan *Ancillary* masih belum signifikan mengingat secara teori kedua variabel tersebut merupakan salah satu faktor penting dalam memberikan kontribusi untuk pembentukan kepuasan pengunjung. Oleh karena itu penelitian selanjutnya disarankan untuk mampu mengembangkan hasil dari penelitian ini dengan menambah jumlah responden

## DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Pariwisata, 2015, *Statistik Kepariwisataaan 2015*, Yogyakarta , Dinas Pariwisata Yogyakarta
- Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, M.A, 2017, *Pemasaran Pariwisata*, CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta
- DEDEN WILDAN IHSHANI. 2005. *ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT WISATA CANGKUANG GARUT, JAWA BARAT*. Institut Pertanian Bogor
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler & Armstrong. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia dari Principles of Marketing. Terjemahan oleh Alexander Sindoro. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Khusnul Khotimah, Wilopo, Luchman Hakim. 2017. *STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA BUDAYA (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto)*. Malang; Universitas Brawijaya
- Ni Luh Henny Andayani, 2014, *Manajemen Pemasaran Pariwisata* Cetakan 1, Graha Ilmu, Yogyakarta.

- Ni Putu Evi Wijayanti, I Nyoman Darma Putra, Ni Made Eka Mahadewi.  
2017. *PERSPEKTIF WISATAWAN DOMESTIK TERHADAP KUALITAS PELAYANAN WISATA ARUNG JERAM DI SUNGAI AYUNG, BALI*. BALI; Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Nusa Dua 2 Universitas Udayana
- Petrus Herman P. 2017. *Analisis Penilaian Pengunjung Terhadap Atribut Pengelolaan Pariwisata 4A (Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary) pada Obyek Wisata Candi Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta*. SEMARANG; FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan 18. Bandung: Alfabet
- Sugiyono. 2015. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono & Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Utama, I.G.B.R. 2016. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset
- (<http://www.apakabardunia.com/2016/01/5-cara-jokowi-bikin-pariwisata.html>)

<http://asyharnotes.blogspot.co.id/2014/11/pengaruh-sektor-pariwisata-terhadap.html>

<http://sangikankecil.blogspot.co.id/2011/12/konsep-dasar-dan-penerapan-4a-di-dunia.html>

(<http://erepo.unud.ac.id/4909/1/f3e2c92782684ae4ee371072d490ae74.pdf>)

(<http://scdc.binus.ac.id/himsisifo/2017/03/probability-sampling-vs-non-probability-sampling/>)

<http://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>

(<http://setkab.go.id/tahun-2017-kita-genjot-sektor-pariwisata/>)

<https://www.galinesia.com/2017/11/teori-regresi-linier-berganda-lengkap.html>

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2012-2-00849-HM%20Bab2001.pdf>

<http://eprints.polsri.ac.id/2382/3/BAB%20II.pdf>

<https://datamfr.files.wordpress.com/2012/10/regresi-linier-berganda.pdf>

<http://repository.ekuitas.ac.id/bitstream/handle/123456789/39/BAB%203.pdf?sequence=9&isAllowed=y>