

Kepuasan Pengunjung yang dipengaruhi oleh Daya Tarik Wisata di Kawah Rengganis

Yaya Jakaria¹, Asep Dedy², Adi Fajar Permana Putra³

¹Universitas Bina Nusantara, yayajakaria@binus.ac.id

²Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, dedy.ridan@gmail.com

³STP ARS Internasional

Article Info	ABSTRAK
<p>Article history: Received April 2024 Revised April 2024 Accepted Mei 2024</p>	<p>Daya tarik wisata sudah diketahui sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi daya tarik dan tingkat kepuasan pengunjung wisata Kawah Rengganis, Ranca Bali serta mengetahui pengaruh daya tarik wisata Kawah Rengganis terhadap kepuasan pengunjung di Ranca Bali. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitik dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui observasi dan kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 rorang. Hasil penelitian menunjukkan daya tarik wisata di Kawah Rengganis termasuk ke dalam kategori "Baik". Pernyataan dengan nilai tertinggi ditunjukkan pada pernyataan "Saya merasa tersedia lahan parkir yang memadai untuk pengunjung" sedangkan nilai terendah ditunjukkan oleh pernyataan "Saya merasa terdapat mesin ATM di sekitar objek wisata". Kepuasan pengunjung Kawah Rengganis termasuk ke dalam kategori "Baik". Pernyataan dengan nilai tertinggi ditunjukkan pada pernyataan "Saya ingin merekomendasikan sebagai salah satu tujuan wisata karena pelayanan memuaskan" sedangkan nilai terendah ditunjukkan oleh pernyataan "Saya merasa makanan yang disediakan memiliki kualitas baik". Terdapat pengaruh daya tarik wisata Kawah Rengganis terhadap kepuasan pengunjung di Ranca Bali. Sekitar 76,6% dari tingkat kepuasan pengunjung Kawah Rengganis dapat dijelaskan oleh daya tarik wisata yang ditawarkan.</p>
<p>Kata Kunci: tourist attractions visitor satisfaction Kawah Rengganis</p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>Tourist attractions are well recognized as one of the factors influencing visitor satisfaction. This study aims to assess the condition of tourist attractions and the level of visitor satisfaction at Kawah Rengganis, Ranca Bali, as well as to examine the influence of Kawah Rengganis' tourist attractions on visitor satisfaction in Ranca Bali. This research employs a descriptive-analytical method with a quantitative approach. Data were collected through observation and questionnaires, with a total sample size of 100 individuals. The research findings reveal that the tourist attractions at Kawah Rengganis fall under the "Good" category. The statement with the highest score pertains to "I feel that there is adequate parking space for visitors," while the lowest</i></p>



score is indicated by the statement "I feel there is an ATM nearby the tourist site." Visitor satisfaction at Kawah Rengganis is classified as "Good." The statement with the highest score is related to "I would recommend this as a destination due to satisfactory service," whereas the lowest score is associated with "I perceive the provided food to be of good quality." There exists a significant influence of Kawah Rengganis' tourist attractions on visitor satisfaction in Ranca Bali. Approximately 76.6% of the visitor satisfaction level at Kawah Rengganis can be explained by the offered tourist attractions

Penulis Korespondensi:

Asep Dedy

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya
Jalan Sekolah Internasional 1-2, Kota Bandung, Indonesia
Email: dedy.ridan@gmail.com

1. PENDAHULUAN (10 PT)

Kawah Rengganis merupakan kawasan wisata yang berlokasi di Jalan Raya Ranca Bali, Kampung Cibuni Desa Patengan, Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung. Objek wisata ini berada 2 kilometer dari Situ Pantengan atau kurang lebih 10 menit. Objek wisata ini memiliki berbagai fasilitas seperti mushola, gazebo, toilet, kolam berendam, mandi lumpur, pancuran air panas alami, petunjuk arah dan 3 penjual makan. Daya tarik utama di Kawah Rengganis adalah kolam rendam dan fasilitas mandi lumpurnya (Maharani, 2023). Selain itu, tempat wisata ini juga menawarkan daya tarik tambahan berupa Suspension Bridge yang merupakan salah satu jembatan gantung terkenal dengan panjang sekitar 370 meter. Kawasan ini juga memiliki sebuah kawah dan kolam terapi yang dilengkapi dengan air terjun mini yang mengalir melalui sungai yang berdekatan dengan Kawah Rengganis. Saat mengunjungi lokasi ini, para pengunjung biasanya dapat menikmati waktu santai atau mengambil foto di beberapa sudut yang memiliki tampilan yang sangat cocok untuk Instagram. Meski memiliki berbagai pilihan wisata, data menunjukkan jumlah kunjungan ke Kawah Rengganis dari tahun 2019 hingga 2022 mengalami penurunan.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan ke Kawah Rengganis Tahun 2019-2022

Tahun	Jumlah Kunjungan
2019	624.504
2020	258.935
2021	340.031
2022	345.408

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Tabel 1 menunjukkan dari tahun 2019 ke tahun 2020 terjadi penurunan jumlah kunjungan yang sangat drastis dari 624.504 kunjungan menjadi 258.935 kunjungan. Kondisi tersebut diduga akibat adanya pandemi Covid-19. Pada tahun 2021, dimulai pemulihan sektor pariwisata sehingga jumlah kunjungan ke Kawah Rengganis meningkat hingga mencapai 340.031 kunjungan. Pada tahun 2022, jumlah kunjungan kembali meningkat meski tidak signifikan menjadi 345.408. Secara keseluruhan, jumlah kunjungan ke Kawah Rengganis mengalami peningkatan namun belum mampu mencapai jumlah sebelum pandemi Covid-19. Penyebab dari fenomena ini adalah kurangnya daya tarik wisata.

Daya tarik wisata adalah keunikan dan keaslian suatu objek wisata yang membuatnya berbeda dibandingkan objek wisata lainnya (Irawan, 2023). Daya tarik wisata juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan berkunjung. Hal ini disebabkan semakin unik sebuah objek wisata maka semakin baik pula pengalaman yang didapatkan sehingga wisatawan semakin puas dalam melakukan kunjungan (Setyawan, 2019). Daya tarik pariwisata memainkan peran sentral dalam pengembangan suatu tujuan pariwisata, yang ditandai oleh karakteristik unik, estetika yang menarik, dan nilai-nilai yang menarik bagi pengunjung. Sesuai dengan regulasi di Undang-Undang Kepariwisataan, elemen-elemen daya tarik pariwisata mencakup kekayaan alam, warisan budaya, dan pencapaian manusia yang menjadi tujuan perjalanan (Nurchahyo & Anto, 2019). Dengan memahami daya tarik alam, bangunan, budaya, sosial, dan elemen menarik lainnya, destinasi wisata dapat menarik perhatian wisatawan dan memberikan pengalaman yang unik dan beragam (Ester *et al.*, 2020).

Pengelola wisata menyatakan bahwa salah satu kendala dalam meningkatkan jumlah kunjungan adalah rendahnya kepuasan wisatawan dengan daya tarik yang disediakan oleh Kawah Rengganis, khususnya wisatawan internasional. Pertama, meski Kawah Rengganis merupakan salah satu destinasi wisata alam, namun sudah banyak fasilitas yang diperbarui sehingga tidak alami lagi seperti jalan berupa *paving block*. Hal ini dianggap kurang alami dan menurunkan daya tarik wisata ke Kawah Rengganis. Kawah Rengganis juga memiliki restoran berupa Kinara Resto yang menyediakan masakan tradisional. Meski demikian, banyak pengunjung masih kurang cocok dengan citarasa makanan yang disediakan. Kondisi ini berdampak pada pengunjung yang merasa tidak puas.



Gambar 1. Daya Tarik di Kawah Rengganis

Kinara Resto (kiri) dan kawasan Kawah Rengganis (kanan)

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Keluhan mengenai daya tarik wisata di Kawah Rengganis juga ditunjukkan oleh hasil survey pendahuluan menggunakan kuesioner terhadap 30 responden. Tabel 2 menunjukkan sebagian besar pengunjung belum merasa puas terhadap daya tarik wisata di Kawah Rengganis. Hal ini ditunjukkan pada tanggapan pernyataan pertama di mana sebanyak 26 responden memberikan tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Daya tarik Kawah Rengganis juga belum mampu membuat responden memiliki keinginan untuk berkunjung kembali.

Tabel 2. Hasil Survey Pendahuluan Daya Tarik Wisata dan Kepuasan

Pengunjung Kawah Rengganis

Pernyataan	STS 1	TS 2	R 3	S 4	SS 5	Skor Total	Skor Ideal
Saya merasa puas terhadap daya tarik wisata Kawah Rengganis	26	4	0	0	0	34	≥150
Daya tarik Kawah Rengganis tidak memerlukan perbaikan	5	4	11	10	0	86	≥150
Saya merasa daya tarik wisata Kawah Rengganis sudah memenuhi harapan	3	8	9	10	0	86	≥150
Saya merasa daya tarik wisata Kawah Rengganis layak direkomendasikan	10	8	9	3	0	65	≥150
Saya merasa daya tarik wisata Kawah Rengganis membuat saya ingin berkunjung kembali	14	4	6	6	0	64	≥150

Sumber: Data Diolah, 2023

Rendahnya daya tarik wisata di Kawah Rengganis berdampak pada kepuasan wisatawan. Kepuasan dapat diukur melalui tiga aspek utama, yaitu kesesuaian antara harapan pengunjung dengan kinerja produk yang dirasakan, minat pengunjung untuk berkunjung kembali di masa depan, dan kesediaan pengunjung untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain, seperti teman atau keluarga (Frimayasa & Lawu, 2019). Kepuasan wisatawan terjadi apabila harapan mereka terhadap sebuah objek wisata telah menemui kenyataan yang mereka dapatkan ketika berwisata (Pujiastuti et al., 2022). Sebuah studi yang dilakukan di Villa Kancil Kampoeng Soenda Kabupaten Bandung menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan objek wisata dan bisa mendorong minat kunjungan ulang wisatawan (Syarifuddin & Priyanto, 2020). Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah diuraikan, terlihat bahwa daya tarik wisata sudah diketahui sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Selain itu, terlihat bahwa salah satu keluhan kepuasan pengunjung Kawah Rengganis dipengaruhi oleh kualitas daya tarik wisata. Meski demikian, hingga saat ini belum ada penelitian mengenai pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan berkunjung di Kawah Rengganis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi daya tarik dan tingkat kepuasan pengunjung wisata Kawah Rengganis, Ranca Bali serta mengetahui pengaruh daya tarik wisata Kawah Rengganis terhadap kepuasan pengunjung di Ranca Bali.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif analitik. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam tentang suatu fenomena atau masalah tertentu, serta menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang terlibat dalam fenomena tersebut (Priadana & Sunarsi, 2021). Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh pengunjung Kawah Rengganis, Ranca Bali. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Lemeshow (Muzdalifah, 2023). Sampel penelitian ini adalah 100 orang pengunjung Kawah Rengganis, Ranca Bali. Penelitian ini menggunakan teknik random sampling. Random sampling adalah metode pengambilan sampel secara acak dari populasi dan setiap anggota populasi berpeluang sama untuk dipilih menjadi sampel (Bhardwaj, 2019). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi,

kuesioner, dan studi pustaka. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis secara deskriptif dan statistik. Uji statistik yang dilakukan mencakup analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

3. HASIL DAN DISKUSI (10 PT)

3.1. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian

Kawah Rengganis terletak di Desa Patenggang, Kecamatan Ranca Bali, dengan ketinggian 1700 meter di atas permukaan laut dan suhu rata-rata 16-24 derajat Celsius. Destinasi wisata ini beroperasi dari jam 07.00 hingga 17.00 pada hari kerja maupun akhir pekan. Berbagai daya tarik menarik pengunjung, termasuk jembatan terpanjang di Asia Tenggara dengan panjang 370 meter dan ketinggian 90 meter dari tanah, serta wahana "Keranjang Sultan" yang baru. Selain itu, pengunjung dapat merasakan pengalaman berendam di air panas di kawah Rengganis yang diyakini memiliki manfaat pengobatan.

Harga tiket masuk Kawah Rengganis (KR) disajikan dalam dua pilihan paket untuk pengunjung, masing-masing dengan fasilitas dan akses yang berbeda. Paket VIP (Rp 100.000) mencakup akses melalui jembatan dengan perjalanan pulang-pergi (PP), serta akses ke 8 wahana yang mencakup "Keranjang Sultan". Selain itu, pengunjung juga dapat mengunjungi beberapa destinasi terdekat seperti Situ Patenggang dan Glamping Lakeside. Beberapa wahana di tempat tersebut, seperti GoleSat, Bukit Kelinci, Strawberry Pump, Balkon Spider, dan Resto Jembatan Finisi, juga dapat dinikmati. Paket ini juga memberikan welcome drink berupa teh sebagai bonus bagi para pengunjung.

Paket Reguler (Rp 70.000) mencakup akses menuju pusat kawah dengan berjalan kaki sekitar 500-600 meter dari area parkir. Pengunjung tidak memiliki akses melalui jembatan. Namun, mereka dapat menikmati wahana Keranjang Sultan dan beberapa wahana lainnya di sekitar pusat kawah. Perjalanan pulang dalam paket ini hanya berlangsung satu arah.

3.2. Karakteristik Responden

Hasilnya dapat dijelaskan dengan subbagian dan Anda dapat membagi menjadi lebih banyak kelompok di banyak subbagian. Hasilnya juga dapat ditampilkan dalam bentuk gambar, grafik, tabel dan lain-lain yang memudahkan pembaca untuk memahaminya.

Tabel 3 menunjukkan karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin. Sebanyak 42 (42%) responden berjenis kelamin laki-laki sedangkan 58 (58%) responden lainnya berjenis kelamin perempuan.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	42	42
Perempuan	58	58
Total	100	100

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 4 menunjukkan karakteristik responden penelitian berdasarkan usia. Secara keseluruhan, responden didominasi oleh usia 21 hingga 30 tahun sebanyak 92 (92%) responden. Sementara itu, responden berusia kurang dari 20 tahun berjumlah 4 (4%) sama dengan responden berusia 31 hingga 40 tahun.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
Kurang dari 20 tahun	4	4
20 – 30 tahun	92	92
31 – 40 tahun	4	4
Total	100	100

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 5 menunjukkan karakteristik responden penelitian berdasarkan domisili. Secara keseluruhan, responden didominasi oleh domisili Kota Bandung sebanyak 72 (72%) responden. Sebanyak 2 (2%) responden berdomisili di Bekasi, 10 (10%) responden berdomisili di DKI Jakarta, 15 (15%) responden berdomisili di Kabupaten, dan hanya 1 (1%) responden yang berdomisili di Kota Cimahi.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Frekuensi	Persentase (%)
Bekasi	2	2
DKI Jakarta	10	10
Kabupaten Bandung	15	15
Kota Bandung	72	72
Kota Cimahi	1	1
Total	100	100

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 6 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir. Secara keseluruhan, pendidikan terakhir responden didominasi SMA/Sederajat sebanyak 70 (70%) responden. Sebanyak 19 (19%) responden memiliki pendidikan terakhir sarjana (S1) dan sebanyak 11 (11%) responden diploma 3 (D3).

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
SMA/Sederajat	70	70
Diploma 3 (D3)	11	11
Sarjana (S1)	19	19
Total	100	100

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 7 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Pekerjaan didominasi oleh pegawai swasta sebanyak 52 (52%) responden. Sebanyak 44 (44%) responden bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa. Pekerjaan pegawai negeri dan wiraswasta masing-masing dilakukan oleh 2 (2%) responden.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pegawai Negeri	2	2
Pegawai Swasta	52	52
Pelajar/Mahasiswa	44	44
Wiraswasta	2	2
Total	100	100

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 8 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan frekuensi kunjungan ke Kawah Rengganis. Frekuensi kunjungan responden didominasi oleh 2 kali sebanyak 43 (43%) responden. Sebanyak 28 (28%) responden memiliki frekuensi kunjungan 1 kali, sebanyak 21 (21%) responden memiliki frekuensi kunjungan 3 kali, dan hanya 8 (8%) responden melakukan kunjungan ke Kawah Rengganis lebih dari 3 kali.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Frekuensi Kunjungan	Frekuensi	Persentase (%)
1 kali	28	28
2 kali	43	43
3 kali	21	21

> 3 kali	8	8
Total	100	100

Sumber: Data Diolah, 2023

3.3. Hasil Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif dari tanggapan terhadap variabel daya tarik wisata direkapitulasi pada Tabel 9.

Tabel 9. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Daya Tarik Wisata

No	Pernyataan	Skor
1	Saya merasa Kawah Rengganis sebagai daya tarik utama bersih	402
2	Saya merasa terdapat atraksi pendukung (jembatan gantung, Keranjang Sultan)	406
3	Saya merasa kondisi atraksi wisata pendukung baik	401
4	Saya merasa atraksi wisata pendukung menarik	403
5	Saya merasa terdapat papan informasi mengenai atraksi wisata	406
6	Saya merasa jarak Kawah Rengganis dari pusat kota tidak terlalu jauh	388
7	Saya merasa kondisi jalan menuju kawasan wisata baik	400
8	Saya merasa terdapat papan penunjuk arah menuju Kawah Rengganis	405
9	Saya merasa terdapat sarana transportasi umum menuju Kawah Rengganis	341
10	Kondisi sarana transportasi umum baik	328
11	Saya merasa tersedia lahan parkir yang memadai untuk pengunjung	413
12	Saya merasa kondisi toilet yang disediakan memadai	405
13	Saya merasa harga makanan terjangkau	391
14	Saya merasa terdapat sarana ibadah yang memadai	401
15	Menu yang ditawarkan di restoran menarik	375
16	Saya merasa terdapat mesin ATM di sekitar objek wisata	316
17	Saya merasa terdapat sarana pengisian bahan bakar di sekitar objek wisata	393
18	Saya merasa terdapat penginapan di sekitar objek wisata	408
19	Saya merasa tempat penginapan memiliki beragam pilihan	406
20	Saya merasa harga penginapan terjangkau	384
Total		7772
Rata-rata		77,72

Sumber: Data Diolah, 2023

Hasil rekapitulasi menunjukkan rata-rata tanggapan responden terhadap variabel daya tarik wisata adalah 77,72. Berdasarkan pengkategorian pada Tabel 10, maka daya tarik wisata di Kawah Rengganis dalam kategori "Baik".

Tabel 10. Kategori Persentase Tanggapan Responden

No	Persentase (%)	Kriteria
1	00,00 – 20,00	Sangat tidak baik
2	20,01 – 40,00	Tidak baik
3	40,01 – 60,00	Cukup
4	60,01 – 80,00	Baik
5	80,01 – 100,00	Sangat baik

Sumber: Sugiyono (2016)

Hasil analisis deskriptif dari tanggapan terhadap variabel daya tarik wisata direkapitulasi pada Tabel 11.

Tabel 11. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Kepuasan Pengunjung

No	Pernyataan	Skor
1	Saya merasa karyawan dan staf memberikan pelayanan yang baik	403
2	Saya merasa makanan yang disediakan memiliki kualitas baik	400
3	Saya merasa fasilitas penunjang yang disediakan sangat memadai, misalnya tempat cuci tangan	404
4	Saya memiliki keinginan berkunjung kembali karena pelayanan memuaskan	401
5	Saya memiliki keinginan berkunjung kembali karena atraksi wisata yang diberikan memuaskan	402
6	Saya ingin merekomendasikan sebagai salah satu tujuan wisata karena pelayanan memuaskan	406
7	Saya ingin merekomendasikan sebagai salah satu tujuan wisata karena atraksi wisata yang diberikan memuaskan	401
8	Saya ingin merekomendasikan sebagai salah satu tujuan wisata karena fasilitas penunjang memuaskan	401
Total		3218
Rata-rata		80,45

Sumber: Data Diolah, 2023

Hasil rekapitulasi menunjukkan rata-rata tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pengunjung adalah 80,45. Berdasarkan pengkategorian pada Tabel IV.38, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengunjung Kawah Rengganis berada dalam kategori "Baik".

Tabel IV. 1. Kategori Persentase Tanggapan Responden

No	Persentase (%)	Kriteria
1	00,00 – 20,00	Sangat tidak baik
2	20,01 – 40,00	Tidak baik
3	40,01 – 60,00	Cukup
4	60,01 – 80,00	Baik
5	80,01 – 100,00	Sangat baik

Sumber: Sugiyono (2016)

3.4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memahami hubungan antara dua variabel (Darma, 2021). Penelitian ini menggunakan daya tarik wisata (X) sebagai variabel dependen dan kepuasan pengunjung (Y) sebagai variabel independen. Persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian adalah:

$$Y = a + b \cdot x$$

Keterangan:

Y = variabel kepuasan pengunjung

X = variabel daya tarik wisata

a = intersep

b = koefisien regresi

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Nilai Konstan	Nilai Koefisien Regresi
8,867	0,300

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 12 menunjukkan nilai konstan sebesar 8,867 sedangkan nilai koefisien regresi adalah 0,300. Dengan demikian, didapat persamaan regresi linear sebagai berikut.

$$Y = 8,867 + 0,300x$$

Interpretasi dari persamaan di atas adalah:

1. Nilai konstan $a = 8,867$ berarti jika tidak ada daya tarik wisata (X), maka nilai kepuasan pengunjung (Y) adalah sebesar 8,867.
2. Nilai konstan $b = 0,300$ berarti setiap penambahan daya tarik wisata (X) sebesar 1%, maka nilai kepuasan pengunjung (Y) naik sebesar 0,300.
3. Nilai positif menunjukkan adanya korelasi positif antara daya tarik wisata dengan kepuasan pengunjung. Artinya, semakin baik kualitas daya tarik wisata maka kepuasan pengunjung akan meningkat.

3.5. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai koefisien determinasi dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Koefisien Determinasi} = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = kuadrat koefisien korelasi

Tabel 13. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Nilai Koefisien Korelasi (R)	Nilai Kuadrat Koefisien Korelasi (R^2)
0,875	0,766

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 13 menunjukkan nilai R^2 yang didapat adalah 0,766. Dengan demikian, diperoleh nilai koefisien determinasi sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Koefisien Determinasi} &= R^2 \times 100\% \\ &= 0,766 \times 100\% \\ &= 76,6\% \end{aligned}$$

Hasil analisis mengindikasikan bahwa koefisien determinasi yang diperoleh adalah 76,6%. Ini menggambarkan bahwa sekitar 76,6% dari tingkat kepuasan pengunjung Kawah Rengganis dapat dijelaskan oleh daya tarik wisata yang ditawarkan. Sisanya, sekitar 23,4%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam studi ini.

3.6. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengidentifikasi apakah ada pengaruh signifikan antara variabel independen. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H_0 : Tidak terdapat hubungan antara daya tarik wisata dengan kepuasan pengunjung di Kawah Rengganis, Ranca Bali.
2. H_1 : Terdapat hubungan antara daya tarik wisata dengan kepuasan pengunjung di Kawah Rengganis, Ranca Bali.

Pengambilan keputusan uji hipotesis didasarkan pada syarat berikut:

1. H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$
2. H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

Tabel 14. Hasil Uji Hipotesis

t_{hitung}	t_{tabel}	Nilai Signifikansi	Keterangan
17,914	1,664	0,000	H_0 ditolak

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 14 menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 17,914. Nilai t_{tabel} ditentukan menggunakan derajat kebebasan (db) atau *degree of freedom* (df) sebesar $n-k-1$ di mana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas. Dengan demikian, perhitungan $df = 100-1-1 = 98$ sehingga didapat nilai t_{tabel} 1,664. Nilai signifikansi yang didapatkan adalah 0,000 ($< 0,05$). Kesimpulan yang dapat ditarik adalah H_0 ditolak. Artinya, terdapat hubungan antara daya tarik wisata dengan kepuasan pengunjung di Kawah Rengganis, Ranca Bali.

3.7. Kondisi Daya Tarik Wisata Kawah Rengganis, Ranca Bali

Berdasarkan hasil rekapitulasi, rata-rata tanggapan responden terhadap variabel daya tarik wisata adalah 77,72 dan masuk dalam kategori "Baik". Pernyataan dengan nilai tertinggi ditunjukkan oleh "Saya merasa tersedia lahan parkir yang memadai untuk pengunjung" sedangkan nilai terendah ditunjukkan oleh pernyataan "Saya merasa terdapat mesin ATM di sekitar objek wisata".

Daya tarik wisata meliputi 4A, yaitu *attractions* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenities* (amenitas), dan *ancillary* (ansilari atau kelembagaan) (Nurchayo & Anto, 2019). Atraksi atau daya tarik wisata juga berhubungan dengan konsep "*what to see*" (apa yang bisa dilihat) dan "*what to do*" (apa yang bisa dilakukan) oleh wisatawan di destinasi tertentu (Setyanto & Pangestuti, 2019). Di Kawah Rengganis, sudah terdapat berbagai atraksi wisata dan atraksi pendukung. Hal ini ditunjukkan oleh responden penelitian yang rata-rata setuju bahwa Kawah Rengganis memiliki atraksi wisata utama berupa kawah yang bersih dan didukung oleh atraksi pendukung seperti Keranjang Sultan dan Jembatan Gantung.



Gambar 2. Atraksi di Kawah Rengganis

(A) Kawah Rengganis; (B) Keranjang Sultan; (C) Jembatan Gantung

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Accessibility (aksesibilitas) merupakan sebagai kemudahan bagi wisatawan dalam hal fisik dan akses informasi, termasuk kemudahan dalam menemukan dan mencapai fasilitas, kondisi jalan yang dapat dilalui menuju objek wisata, serta adanya akhir tempat perjalanan (Silaban *et al.*, 2020). Pendapat lain menegaskan bahwa aksesibilitas yang baik mempermudah wisatawan untuk mengunjungi kawasan wisata yang ditawarkan (Kusyanda & Masdiantini, 2022). Dalam penelitian ini, tanggapan responden mengenai aksesibilitas termasuk dalam kategori "Baik". Hal ini ditunjukkan dengan adanya papan informasi yang tersedia di Kawah Rengganis. Papan ini khususnya bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan dan keselamatan pengunjung selama melakukan wisata.



Gambar 3. Papan Petunjuk dan Informasi di Kawah Rengganis

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Amenities (amenitas) merujuk pada berbagai fasilitas yang disediakan di suatu tempat tujuan wisata dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan kenyamanan para pengunjung atau wisatawan yang datang berkunjung (Rossadi & Widayati, 2018). Amenitas meliputi fasilitas-fasilitas seperti akomodasi, restoran, toilet umum, area istirahat, toko oleh-oleh, tempat parkir, tempat ibadah, dan lain-lain yang diharapkan tersedia di suatu destinasi wisata (Rusvitasari & Solikhin, 2014). Kawah Rengganis sudah memiliki akomodasi seperti restoran, toilet umum, dan tempat ibadah yang memadai. Kinara Resto merupakan tempat makan dan beristirahat bagi pengunjung serta menjadi ciri khas di Kawah Rengganis. Makanan yang

disediakan mencakup berbagai makanan tradisional khas Sunda, jajanan pasar, hingga produk kopi.



Gambar 4. Kinara Resto

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Lahan parkir yang disediakan Kawah Rengganis juga sudah memenuhi kebutuhan pengunjung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai tertinggi pada pernyataan "Saya merasa tersedia lahan parkir yang memadai untuk pengunjung". Lahan parkir yang memadai di kawasan wisata penting untuk memastikan kenyamanan dan aksesibilitas bagi pengunjung, serta mengurangi kemacetan lalu lintas di sekitar area wisata. Hal ini juga berkontribusi pada pengelolaan yang efisien dan peningkatan pengalaman keseluruhan bagi pengunjung (Nenobais & Lada, 2017).

Ancillary (ansilari atau kelembagaan) merupakan lembaga penyelenggara perjalanan wisatawan yang meliputi pemandu wisata, agen pemesanan tiket, biro perjalanan, serta pusat informasi (Rai Utama, 2017). *Ancillary* juga mencakup ketersediaan sarana dan fasilitas umum yang digunakan oleh wisatawan yang meliputi bank, ATM, telekomunikasi, rumah sakit, dan lain sebagainya, yang juga berkontribusi dalam mendukung kegiatan wisata (Rahmanto *et al.*, 2020). Pada indikator ini, ditemukan pernyataan dengan tanggapan terendah yaitu pada pernyataan "Saya merasa terdapat mesin ATM di sekitar objek wisata". Hal ini juga didukung pada fakta di lapangan bahwa jarak tempuh ATM terdekat dari Kawah Rengganis adalah 3,7 km (Gambar 5). Kehadiran ATM dekat kawasan wisata sangat penting karena memberikan kemudahan kepada pengunjung untuk mengakses layanan keuangan dan melakukan transaksi tanpa harus meninggalkan area wisata, meningkatkan kenyamanan dan efisiensi pengalaman wisata pengunjung (Hanita, 2018).



Gambar 5. Jarak ATM ke Kawah Rengganis

Sumber: Google Maps, 2023

3.8. Tingkat Kepuasan Pengunjung di Kawah Rengganis, Ranca Bali

Hasil rekapitulasi menunjukkan rata-rata tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pengunjung adalah 80,45 dan termasuk ke dalam kategori "Baik". Pernyataan dengan nilai tertinggi ditunjukkan pada pernyataan "Saya ingin merekomendasikan sebagai salah satu tujuan wisata karena pelayanan memuaskan" sedangkan nilai terendah ditunjukkan oleh pernyataan "Saya merasa makanan yang disediakan memiliki kualitas baik".

Indikator kepuasan pengunjung meliputi (Frimayasa & Lawu, 2019):

1. Kesesuaian harapan, yaitu sejauh mana kinerja produk yang dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan harapan yang dimiliki sebelumnya.

2. Minat berkunjung kembali, yaitu keinginan dan kesiapan pelanggan untuk kembali menggunakan atau membeli produk terkait di masa depan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu tingkat keinginan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah mereka rasakan kepada teman atau keluarga.

Berdasarkan hasil penelitian ini, responden sudah merasa harapannya terpenuhi khususnya pada pelayanan dan atraksi wisata. Oleh karena itu, mereka ingin merekomendasikan Kawah Rengganis kepada orang lain. Fenomena ini selanjutnya disebut *Word of Mouth (WoM)*. *Word of mouth* memiliki pengaruh yang kuat terhadap sebuah destinasi wisata karena ulasan dan rekomendasi dari orang-orang yang telah mengunjungi destinasi tersebut dapat mempengaruhi persepsi dan minat calon pengunjung (Ayuningtyas & Hari, 2019). Pengalaman positif yang dibagikan secara lisan atau melalui media sosial dapat meningkatkan popularitas dan citra destinasi, mendorong lebih banyak orang untuk mengunjungi berdasarkan rekomendasi dari individu atau kelompok yang mereka percayai. Sebaliknya, ulasan negatif juga dapat memiliki dampak merugikan terhadap reputasi suatu destinasi wisata (Ayumi *et al.*, 2022).

Meski atraksi dan pelayanan sudah memenuhi harapan pengunjung, masih terdapat kepuasan yang kurang dari makanan yang disajikan. Makanan yang disediakan mencakup berbagai makanan tradisional khas Sunda, jajanan pasar, hingga produk kopi. Berdasarkan hasil observasi dan survey pendahuluan, makanan di Kinara Resto masih kurang disesuaikan dengan selera pengunjung yang bukan orang Sunda. Kualitas makanan memiliki dampak signifikan terhadap pengalaman wisata, karena mampu mempengaruhi citra destinasi tersebut dan kepuasan pengunjung. Makanan yang lezat dan representatif dari budaya lokal tidak hanya memuaskan selera, tetapi juga menjadi bagian integral dari penilaian keseluruhan tentang daya tarik dan kualitas suatu destinasi wisata (Wibowo, 2019).



Gambar 6. Makanan yang Disediakan di Kinara Resto

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

3.9. Pengaruh Daya Tarik Wisata Kawah Rengganis terhadap Kepuasan Pengunjung di Ranca Bali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh daya tarik wisata Kawah Rengganis terhadap kepuasan pengunjung di Ranca Bali. Sekitar 76,6% dari tingkat kepuasan pengunjung Kawah Rengganis dapat dijelaskan oleh daya tarik wisata yang ditawarkan. Hal ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menunjukkan daya tarik wisata memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (Sudarwan *et al.*, 2021). Artinya, semakin baik daya tarik wisata maka semakin tinggi pula kepuasan pengunjung (Ester *et al.*, 2020).

Faktor utama yang mendorong pariwisata di suatu destinasi adalah daya tarik wisata. Daya tarik wisata ini menjadi motivasi bagi wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut (Ester *et al.*, 2020). Dengan memahami daya tarik alam, bangunan, budaya, sosial, dan elemen menarik lainnya, destinasi wisata dapat menarik perhatian wisatawan dan memberikan pengalaman yang unik dan beragam. Daya tarik wisata dapat mempengaruhi berbagai aspek termasuk kepuasan berkunjung.

Kepuasan pengunjung terjadi ketika harapan melebihi apa yang diterima (Mendrofa & Zalukhu, 2022). Indikator kepuasan wisatawan meliputi kesesuaian harapan wisatawan, minat untuk kembali mengunjungi lokasi wisata, dan keinginan untuk merekomendasikan tempat wisata kepada orang lain (Frimayasa & Lawu, 2019).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Daya tarik wisata di Kawah Rengganis termasuk ke dalam kategori "Baik". Pernyataan dengan nilai tertinggi ditunjukkan pada pernyataan "Saya merasa tersedia lahan parkir yang memadai untuk pengunjung" sedangkan nilai terendah ditunjukkan oleh pernyataan "Saya merasa terdapat mesin ATM di sekitar objek wisata"; Kepuasan pengunjung Kawah Rengganis termasuk ke dalam kategori "Baik". Pernyataan dengan nilai tertinggi ditunjukkan pada pernyataan "Saya ingin merekomendasikan sebagai salah satu tujuan wisata karena pelayanan memuaskan" sedangkan nilai terendah ditunjukkan oleh pernyataan "Saya merasa makanan yang disediakan memiliki kualitas baik"; Terdapat pengaruh daya tarik wisata Kawah Rengganis terhadap kepuasan pengunjung di Ranca Bali. Saran yang dapat penulis berikan adalah:

1. Memasang mesin ATM di sekitar objek wisata atau menjalin kerjasama dengan lembaga keuangan untuk memenuhi kebutuhan finansial pengunjung, sehingga mereka tidak merasa terbatas dalam transaksi keuangan.
2. Meningkatkan kualitas dan variasi makanan yang disediakan di destinasi wisata, dengan fokus pada menciptakan pengalaman kuliner yang autentik dan memuaskan bagi pengunjung.

Mengembangkan keragaman aktivitas di Kawah Rengganis dan Ranca Bali, sehingga pengunjung memiliki lebih banyak pilihan hiburan dan relaksasi, serta memastikan bahwa daya tarik utama dapat memberikan dampak positif yang lebih besar terhadap kepuasan pengunjung di keduanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

-

5. REFERENSI

- Ayumi, S. A., Riptanti, E. W., & Khomah, I. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dalam Menentukan Kunjungan Wisata (Studi Kasus Pada Kampoeng Kopi Banaran Semarang). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, *4*(1), 1–16. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.890>
- Ayuningtyas, L. S., & Hari, S. N. (2019). Pengaruh E-word Of Mouth, Lokasi, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pantai Menganti Kebumen). *Administrasi Bisnis*, *X*(1), 652–664.
- Bhardwaj, P. (2019). Types of sampling in research. *Journal of the Practice of Cardiovascular Sciences*, *5*(3), 157. https://doi.org/10.4103/jpcs.jpcs_62_19
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Ester, A., Syarifah, H., & ZA Zainurossalamia Saida. (2020). Pengaruh daya tarik wisata citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, *12*(1), 145–153. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Frimayasa, A., & Lawu, S. H. (2019). Pengaruh Fasilitas Tempat Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Dunia Fantasi (Dufan) Taman Impian Jaya Ancol Jakarta. *Penelitian Ilmu Manajemen*, *2*(2), 2614–3747.
- Hanita, R. (2018). *Tempat Wisata, Penginapan, ATM dan Rental Kendaraan di Kota Sabang Berbasis Web*. *4*(1), 31–34.

- Irawan, E. (2023). *Strategi Manajemen Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan : Suatu Kajian Literatur*. 1(2).
- Kusyanda, M. R. P., & Masdiantini, P. R. (2022). Kajian Strategi Pengelolaan Daya Tarik Wisata Kuliner: Tinjauan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Pantai Penimbangan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 4(2), 90–99. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v4i2.43962>
- Maharani, Y. (2023). Legenda Situ Patenggang Sebagai Objek Daya Tarik Wisata Alam Di Bandung Selatan. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(2), 11–17.
- Muzdalifah, L. (2023). *Konsumen Online terhadap Pembelian Impulsif: Sifat Konsumen dan Faktor Situasional Consumer ' s Online to Impulse buying: Consumer traits and Situational factors*. 05(1), 13–28.
- Nenobais, O. O. N., & Lada, Y. A. A. (2017). Efektifitas Penggunaan Lahan Parkir Kendaraan Di Obyek Wisata Pantai Lasiana Kupang Yang Berdampak Pada Peningkatan Pendapatan Masyarakat Dan Pemerintah Daerah Kota Madya Kupang. *JUTEKS: Jurnal Teknik Sipil*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.32511/juteks.v2i1.119>
- Nurchahyo, R. J., & Anto, Y. (2019). Pengembangan Daya Tarik Wisata Kunjungi Museum Melalui Wahana Edukasi Di Museum Pura Pakualaman Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 2(1), 57–65. <https://doi.org/10.36594/jtec.v2i1.12>
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Pujiastuti, E., Utomo, H. J. N., & Hidayati, N. (2022). Pengaruh Tourist Motivation dan Tourist Attraction Terhadap Tourist Satisfaction Serta Dampaknya Pada Tourist Benefit di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 6(1), 31–50. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v6i1.4522>
- Rahmanto, F. S., Peranginangin, J., & Pradipta, M. P. Y. (2020). Strategi Pengembangan Istana Tambakbulusan Sebagai Destinasi Wisata Bahari di Kabupaten Demak. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 15(2), 1907–2457.
- Rai Utama, I. G. B. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Deepublish.
- Rossadi, L. N., & Widayati, E. (2018). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 109–116. <https://doi.org/10.36594/jtec.v1i2.27>
- Rusvitasari, E., & Solikhin, A. (2014). Strategi Pengembangan Wisata Alam dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Obyek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 10(1), 1–24. <https://jurnal.stpsahidsurakarta.ac.id/index.php/JPI/article/view/184>
- Setyanto, I., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(1), 157–167.
- Setyawan, A. D. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Coban Rais. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Silaban, P. H., Silalahi, A. D. K., Octoyuda, E., & Sinaga, D. (2020). Pengaruh Aksesibilitas Dan Daya Tarik Terhadap Loyalitas Wisata Dengan Amenitas Sebagai Variabel Intervening Pada Destinasi Wisata Tuk-Tuk Siadong Kabupaten Samosir. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(September), 241–246. <https://doi.org/10.54367/jmb.v20i2.1016>
- Sudarwan, W. E., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 284–294. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.29>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syarifuddin, D., & Priyanto, R. (2020). Membangun Fasilitas, Membangun Minat Kunjungan

Ulang. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 50–62.

Wibowo, L. A. (2019). Experiential Marketing Dan Branded Customer Experience Kaitannya Dengan Loyalitas Pelanggan Restoran Dan Cafe Serta Dampaknya Pada Citra Bandung Sebagai Destinasi Pariwisata Indonesia. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 11(1), 48. <https://doi.org/10.17509/strategic.v11i1.1102>