

ANALISIS *ARTIFICIAL* DAN *NATURAL ATTRACTION* TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN

Ramang H Demolingo, Sriwulandari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional, Jakarta Indonesia
Email: ramang.demolingo@unas.ac.id, swulan2200@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *artificial attraction* dan *natural attraction* terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Puncak Wanagiri Buleleng, Bali. Selanjutnya penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *artificial attraction* dan *natural attraction* terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata tersebut. Sampling populasi yang digunakan adalah wisatawan yang telah berkunjung ke Puncak Wanagiri Buleleng Bali. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan menggunakan rumus Slovin untuk memperoleh sampel responden. Analisis data yang digunakan yaitu analisis linear berganda, uji t (uji parsial), dan uji F (uji simultan). Hasil penelitian ini adalah *artificial attraction* dan *natural attraction* sangat disukai dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Puncak Wanagiri Buleleng, dengan masing-masing hasil analisis uji t sebesar 5,250 dan 5,917. Hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,786. Artinya kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh variabel *Artificial Attraction*, dan *Natural Attraction*.

Kata Kunci: *artificial attraction*; *natural attraction*; kepuasan wisatawan

Abstract

This research aims to determine the effect of artificial attractions and natural attractions on the satisfaction of tourists visiting the Puncak Wanagiri tourist attraction in Buleleng, Bali. And to find out how much influence artificial attractions and natural attractions have on tourist satisfaction at the Puncak Wanagiri tourist attraction, Buleleng, Bali. The population sampling used is tourists who have visited the peak of Wanagiri, Buleleng, Bali. This research method uses quantitative, with purposive sampling technique and uses the Slovin formula to obtain a sample of respondents. The data analysis used is multiple linear analysis, t test (partial test), and F test (simultaneous test). The result of this research is that artificial attraction and natural attraction are very popular and have a significant effect on the satisfaction of tourists visiting Puncak Wanagiri, Buleleng, with the results of the t-test analysis of 5.250 and 5.917 respectively. The result of the determination coefficient test (R Square) is 0.786. This means that tourist satisfaction can be explained by the variables Artificial Attraction, and Natural Attraction.

Keywords: *artificial attraction*; *natural attraction*; *tourist satisfaction*

Received: 2022-02-20; Accepted: 2022-02-05; Published: 2022-03-24

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang memiliki sumber daya alam melimpah. Alam di Indonesia ini sangatlah kaya, terdiri dari laut, hutan, serta sungai yang menghasilkan potensi wisata alam yang sangat luar biasa. Menurut (Husin Demolingo, 2015) masing-masing tempat di Indonesia memiliki potensi alamnya tersendiri dan memiliki kebudayaan yang unik pula, dan potensi keindahan alam tersebut dapat dikelola dan dikembangkan agar menjadi sumber pendapatan masyarakat yang tinggal di daerah setempat. Dikatakan demikian, karena hampir setiap tempat yang ada di Indonesia memiliki potensi wisata alam yang menakjubkan. Tidak salah lagi jika hampir seluruh wilayah Indonesia memiliki objek wisata.

Setiap objek wisata haruslah memiliki atraksi wisata yang menarik untuk memikat minat wisatawan, atraksi wisata tersebut bisa berupa *natural attraction* dari alam itu sendiri, *artificial attraction*, maupun *cultural attraction* (Triana & Yuliana, 2021). Objek wisata alam di Indonesia saat ini tidak hanya berfokus pada *natural attraction* saja, namun banyak objek wisata alam yang kini menambah *artificial attraction* guna meningkatkan kepuasan wisatawan. *Artificial attraction* tersebut tentunya akan menambah daya tarik wisata. Menurut (Pristiwasa & Demolingo, 2020) daya tarik wisata tentunya sangat diharapkan mampu untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan tentunya dapat mensejahterakan masyarakat lokal serta pemerintah setempat dapat memberikan kontribusi yang positif. Apabila daya tarik tersebut dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan, maka destinasi tersebut pun akan terus berkembang.

Kepuasan konsumen atau kepuasan wisatawan menurut teori *The Expectancy Disconfirmation Model*, teori tersebut dikemukakan oleh (Oliver, 2014), dan menjabarkan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen adalah dampak dari adanya perbandingan antara keinginan konsumen sebelum membeli dengan yang didapat konsumen setelah membeli suatu barang/jasa. Menurut Middleton dalam (Ramadhan, 2016) *artificial attraction* atau atraksi wisata buatan merupakan suatu atraksi ciptaan manusia, yang terdiri dari bangunan dan infrastruktur pariwisata termasuk arsitektur bersejarah dan modern, berupa monumen, trotoar jalan, taman bermain, kebun, pusat perbelanjaan, marina, ski, tempat sejarah, berupa toko-tokok dan daerah yang bertema. Dalam peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 atraksi wisata buatan merupakan suatu atraksi yang berasal dari hasil buatan manusia dan digolongkan sebagai atraksi wisata khusus yang berbentuk *artificial* dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di selain wisata alam dan budaya. Daya tarik wisata buatan ini terdiri dari sarana rekreasi dan hiburan atau theme park, sarana rekreasi terpadu, serta sarana rekreasi dan olahraga.

Natural attraction atau wisata alam merupakan suatu hasil dari produksi dan pengolahan sumber daya berupa aktivitas wisata yang menjadi kemampuan untuk di kelola dan dikembangkan sebagai suatu kekuatan sumber daya alam dan penataan lingkungan (Irtifah & Ghufron, 2019). Kegiatan dari wisata alam adalah suatu kegiatan untuk mencari kesenangan atau hiburan, melakukan observasi, edukasi maupun kegiatan kebudayaan dan pecinta alam yang ada dalam suatu objek wisata. Atraksi wisata alam merupakan atraksi wisata ciptaan dari Tuhan Yang Maha Esa. Atraksi wisata alam adalah segala hal yang bersumber dari alam dan berhasil dimanfaatkan serta dikelola di objek wisata, sehingga suatu objek wisata tersebut dapat digemari dan dapat memberikan rasa puas pada wisatawan. Contohnya pemandangan alam. (Goje et al., 2017) mengatakan bahwa elemen terpenting didalam pengembangan atraksi wisata alam yaitu memuat kondisi alam, sumber daya manusia, akomodasi, sarana dan infrastruktur guna memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan yang berkunjung.

(Rahma, 2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah bagian dari ukuran kinerja suatu organisasi ataupun non finansial yang dapat berkontribusi dengan signifikan dalam keberhasilan tujuan sebuah organisasi. Kepuasan adalah tanggapan dari pelanggan terhadap sudah terpenuhinya keinginan dan kebutuhannya. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa bentuk special dari suatu barang atau jasa itu sendiri memberikan kepuasan yang sesuai dengan harapannya Barnes dalam (Meliani & Agustini, 2020). Kepuasan dari wisatawan maupun konsumen meliputi perbedaan kinerja seperti pelayanan dan hasil atau harapan yang diinginkan dan dirasakan oleh konsumen (Garoda, 2021).

Penambahan *artificial attraction* ini mendapatkan berbagai respon dari masyarakat, baik respon positif maupun respon negatif. Banyak yang kecewa karena wisata alam yang seharusnya alami malah terlihat tidak alami lagi dikarenakan telah di pasang spot foto yang terbilang cukup mengganggu (Sulistiarmi, 2014) . Namun, ada juga sebagian masyarakat yang malah menyukai adanya *artificial attraction* tersebut, karena dengan adanya *artificial attraction*, mereka menjadi memiliki banyak pilihan tempat untuk berfoto, dan mayoritas *artificial attraction* yang dibuat ini memang terkesan kekinian atau *instagramable* dan cocok untuk di unggah ke media sosial.

Puncak Wanagiri terletak di Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng Bali. Puncak Wanagiri berada di kawasan dataran tinggi, wisatawan dapat menikmati keindahan Danau Buyan dan Danau Tamblingan disertai dengan hutan-hutan di sekelilingnya dari pinggir jalan desa yang letaknya di atas dua danau kembar. Di sepanjang jalan juga terdapat deretan warung-warung dan berbagai spot foto yang *instagramable*. Dari atas ketinggian, wisatawan dapat melihat dengan jelas keindahan serta pesona dari Danau Buyan dan Danau Tamblingan.

Puncak Wanagiri dilengkapi dengan atraksi wisata yang menarik, yaitu spot yang *instagramable* dengan berbagai variasi, seperti spot foto perahu *titanic*, ayunan, sarang telur, kupu-kupu, dan masih banyak lagi yang berlatar belakang Danau Buyan dan Danau Tamblingan (Sanjaya & Santhyasa, 2020). Dengan adanya spot foto dengan berbagai variasi tersebut menimbulkan beberapa pendapat, baik pendapat positif

maupun negatif. Pendapat tersebut diantaranya yaitu, dengan adanya spot foto *instagramable* maka wisatawan tidak akan merasa bosan dan wisatawan lebih tertarik untuk mengunjungi Puncak Wanagiri, karena spot foto tersebut sangat kekinian sehingga cocok untuk dibagikan ke media sosial. Namun, tidak semua wisatawan akan tertarik, karena bagi sebagian orang, mereka lebih suka kondisi objek wisata yang alami tanpa adanya tambahan *artificial attraction*.

Berdasarkan penjabaran diatas, penulis tertarik untuk melihat seberapa besar pengaruh adanya *artificial attraction* dan *natural attraction* terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Puncak Wanagiri. Dengan demikian maka penulis perlu untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis *Artificial* dan *Natural Attraction* Terhadap Kepuasan Wisatawan (Study Kasus pengunjung Objek Wisata Puncak Wanagiri Buleleng Bali)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya *artificial* dan *natural attraction* terhadap kepuasan wisatawan dan apakah ada pengaruh yang signifikan mengenai kepuasan wisatawan terhadap *artificial* dan *natural attraction* merupakan tujuan dari penelitian ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel dependen dan independen, serta menggunakan metode kuantitatif untuk penelitiannya. Variabel independen tersebut yaitu *artificial attraction* dan *natural attraction*, variabel dependen yaitu kepuasan wisatawan. Kuesioner atau angket digunakan dalam instrumen penelitian ini yang berguna untuk mendapatkan jawaban dari responden. Menurut (Amirullah, 2018) populasi adalah suatu keseluruhan dari sebuah kumpulan yang mempunyai kumpulan karakter umum, yaitu terdiri dari elemen-elemen untuk diteliti. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengunjung objek wisata puncak wanagiri. Teknik slovin digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan jumlah responden dan didapat 100 responden.

Lokasi penelitian berada di jalan raya Wanagiri, Pancasari, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Bali. Penelitian ini dilakukan pada bulan desember 2021 hingga januari 2022. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kuesioner, wawancara dan observasi. kemudian dalam tahap pengolahan data menggunakan uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas uji linearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji hipotesis yang terdiri dari uji regresi linear berganda uji F dan uji T.

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Wisatawan			
1	0,669	0,361	Valid
2	0,690	0,361	Valid
3	0,793	0,361	Valid
4	0,863	0,361	Valid
5	0,545	0,361	Valid
6	0,499	0,361	Valid
7	0,709	0,361	Valid
8	0,745	0,361	Valid
Artificial Attraction			
9	0,592	0,361	Valid
10	0,693	0,361	Valid
11	0,701	0,361	Valid
12	0,691	0,361	Valid
13	0,752	0,361	Valid
14	0,512	0,361	Valid
15	0,877	0,361	Valid
16	0,644	0,361	Valid
Natural Attraction			
17	0,695	0,361	Valid
18	0,688	0,361	Valid
19	0,457	0,361	Valid
20	0,381	0,361	Valid
21	0,529	0,361	Valid
22	0,373	0,361	Valid

Jumlah pernyataan pada seluruh variabel yaitu sebanyak 22 pernyataan, sebelum penelitian dilakukan kepada 100 responden, dilakukan uji validitas dengan menggunakan 30 responden dari luar 100 responden terlebih dahulu, hal tersebut dilakukan untuk mengetahui kuesioner yang akan disebar tersebut valid atau tidak dengan nilai signifikan 0,05 atau 5% dan $N = 30$ maka didapat r tabel sebesar 0,361. Dari hasil 22 pernyataan tersebut dilakukan pengujian menggunakan rumus *Product*

Moment Coefficient of Correlation dibantu dengan menggunakan SPSS versi 21 dan dihasilkan 22 pernyataan tersebut valid dan layak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian variabel kepuasan wisatawan, *artificial attraction* dan *natural attraction*.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Kepuasan Wisatawan	0,820	Reliabel
<i>Artificial Attraction</i>	0,828	Reliabel
<i>Natural Attraction</i>	0,790	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh item dari semua variabel yang terdiri dari 22 pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Dengan demikian hal tersebut menunjukkan bahwa instrument penelitian yang dipergunakan dalam dalam penelitian ini reliabel karena alpha hitung > 0,60.

B. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif responden dan analisis deskriptif variabel. Analisis deskriptif responden terdiri dari jenis kelamin responden, usia responden dan pekerjaan responden. Analisis deskriptif variabel yaitu mengenai rata-rata jawaban responden dari setiap variabel berdasarkan pada kuesioner yang telah disebar, kuesioner pada masing-masing variabel menggunakan skala *likert* yaitu dengan skor 1-5, skala 5 menunjukkan bahwa wisatawan Puncak Wanagiri sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Untuk skor 1 menunjukkan bahwa wisatawan Puncak Wanagiri merasa sangat tidak setuju terhadap pernyataan tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	1,05371
Most Extreme Differences	Absolute	,121
	Positive	,121
	Negative	-,092
Kolmogorov-Smirnov Z		1,206
Asymp. Sig. (2-tailed)		,109

Berdasarkan pada tabel tersebut diatas dapat dilihat bahwa nilai Sig. adalah senilail 0,109 yang artinya lebih besar dari 0,05. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel-variabel tersebut adalah berdistribusi normal.

Tabel 4
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.003	.004		-.584	.560
	Artificial Attraction	.062	.045	.313	1.395	.166
	Natural Attraction	1.016E-6	.000	.069	.306	.760

Berdasarkan nilai signifikan (sig) di atas dapat dilihat bahwa nilai Sig dari variabel *Artificial Attraction* yaitu 0,166 dan nilai dari variabel *Natural Attraction* yaitu 0,760 yang mana nilai tersebut lebih besar dari > 0,05 maka dapat di pastikan bahwa data tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas antara masing-masing variabel independent.

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.599	1.589		5.410	.000		
	Artificial Attraction	.419	.080	.436	5.250	.000	.319	3.132
	Natural Attraction	.485	.082	.492	5.917	.000	.319	3.132

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada *artificial attraction* yaitu sebesar 3,132, pada *natural attraction* sebesar 3,132. Maka nilai dari kedua variabel tersebut adalah lebih kecil dari > 10,00. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada variabel independent.

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.599	1.589		5.410	.000
	Artificial Attraction	.419	.080	.436	5.250	.000
	Natural Attraction	.485	.082	.492	5.917	.000

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai koefisien dalam persamaan regresi linear berganda. Persamaan yang digunakan yaitu pada kolom B (koefisien). Berikut merupakan model persamaan dari regresi linear berganda:

$$Y = 8,599 + 0,419 X1 + 0,485 X2$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. $a = 8,599$

Nilai konstanta yaitu sebesar 8,599 artinya jika variabel *artificial attraction* (X1), dan variabel *natural attraction* (X2) bernilai 0, maka kepuasan wisatawan (Y) akan dipengaruhi variabel lain. Hasil tersebut signifikan pada alpha 0,05.

2. $b1 = 0,419$

Nilai koefisien regresi variabel oleh indikator *artificial attraction* (X1) yaitu sebesar 0,419. Artinya dapat mempengaruhi variabel kepuasan wisatawan (Y). Dan asumsi variabel *natural attraction* (X2) bernilai tetap. Sehingga kepuasan wisatawan akan mengalami perubahan yaitu berupa peningkatan dengan angka sebesar 0,419. Hasil tersebut signifikan pada alpha 0,05 dari hasil uji t.

3. $b2 = 0,485$

Nilai koefisien regresi variabel oleh indikator *natural attraction* (X2) yaitu sebesar 0,485. Artinya dapat mempengaruhi variabel kepuasan wisatawan (Y). Dan asumsi variabel *artificial attraction* (X1) bernilai tetap. Sehingga kepuasan wisatawan akan mengalami perubahan yaitu berupa peningkatan dengan angka sebesar 0,485. Hasil tersebut signifikan pada alpha 0,05 dari hasil uji t.

Disimpulkan bahwa variabel independen *artificial attraction* dan *natural attraction* memperoleh koefisien positif. Jadi berdasarkan tabel diatas dinyatakan bahwa *artificial attraction* dan *natural attraction* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (variabel dependen) pada objek wisata Puncak Wanagiri Buleleng Bali.

Tabel 7
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	404,079	2	202,040	178,290	,000 ^b
Residual	109,921	97	1,133		
Total	514,000	99			

Berdasarkan tabel tersebut terlihat nilai F hitung sebesar 178,290. Sedangkan nilai F tabel sebesar 3,088. F tabel didapatkan dari rumus $f(k : n-k)$. Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa F hitung > F tabel ($178,290 > 3,088$). Dan nilai signifikan sebesar 0,00, maka nilai signifikan < 0,05 yang artinya pengaruhnya sangat signifikan.

Tabel 8
Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,599	1,589		5,410	,000
Artificial Attraction	,419	,080	,436	5,250	,000
Natural Attraction	,485	,082	,492	5,917	,000

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel *artificial attraction* (X1) memiliki nilai t hitung 5,250 dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ maka H0 ditolak dan Ha diterima, berarti *artificial attraction* (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (Y). Untuk variabel *natural attraction* (X2) memperoleh t hitung sebesar 5,917 dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ maka H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga *natural attraction* (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (Y).

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,887 ^a	,786	,782	1,06452

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,786. Artinya, 78,6% kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh variabel *artificial attraction*, dan *natural attraction*. Sedangkan 21,4% kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh variabel lain yang mana variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Penelitian

1) Pengaruh Variabel *Artificial Attraction* Terhadap Kepuasan Wisatawan

Artificial attraction atau atraksi wisata buatan merupakan sebuah atraksi wisata yang diciptakan atau dibuat oleh manusia yang terdiri dari bangunan maupun arsitektur dan infrastruktur. Untuk mengetahui pengaruh *artificial attraction* terhadap kepuasan wisatawan dilakukan pengujian yang bermaksud untuk mengetahui dan menguji pengaruh *artificial attraction* dengan kepuasan wisatawan di objek wisata Puncak Wanagiri Buleleng Bali. Hal tersebut dapat dibuktikan dari diperolehnya nilai koefisien regresi yaitu sebesar 0,419, bernilai tetap sehingga kepuasan wisatawan akan mengalami perubahan berupa peningkatan sebesar 0,419 dan hasil tersebut signifikan pada alpha 0,05, yang artinya *artificial attraction* dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan secara signifikan.

2) Pengaruh *Natural Attraction* Terhadap Kepuasan Wisatawan

Natural attraction atau atraksi wisata alam merupakan atraksi wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa. Atraksi wisata alami ini adalah segala hal yang berasal dari alam dan berhasil dimanfaatkan serta diusahakan di objek wisata. Untuk mengetahui pengaruh *natural attraction* terhadap kepuasan wisatawan dilakukan pengujian yang bermaksud untuk mengetahui dan menguji pengaruh *natural attraction* dengan kepuasan wisatawan di objek wisata Puncak Wanagiri Buleleng Bali. Hal tersebut dapat dibuktikan dari diperolehnya nilai koefisien regresi yaitu sebesar 0,485, bernilai tetap sehingga kepuasan wisatawan akan mengalami perubahan berupa peningkatan sebesar 0,485 dan hasil tersebut signifikan pada alpha 0,05, yang artinya *natural attraction* dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan secara signifikan.

3) Pengaruh *Artificial Attraction* Dan *Natural Attraction* Terhadap Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan suatu perbandingan antara hasil dari kinerja produk dengan kinerja yang dirasakan oleh wisatawan. Jika hal yang dirasakan berada di bawah harapan, maka bisa dikatakan bahwa wisatawan tidak puas. Untuk mengetahui pengaruh *artificial* dan *natural attraction* terhadap kepuasan wisatawan dilakukan pengujian yang bermaksud untuk mengetahui dan menguji pengaruh *artificial* dan *natural attraction* dengan kepuasan wisatawan di objek wisata Puncak Wanagiri Buleleng Bali. Terdapat pengaruh yang signifikan dan kuat antara *artificial* dan *natural attraction* terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Puncak Wanagiri. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai F hitung yaitu sebesar 178,290 sedangkan nilai F tabel sebesar 3,088 sehingga nilai

signifikansi F hitung $>$ F tabel ($178,290 > 3,088$). Maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan kuat antara *artificial* dan *natural attraction* terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Puncak Wanagiri.

Kesimpulan

Hasil dari analisis yang telah dilakukan oleh peneliti ditujukan untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya pada bab 1, oleh karena itu jawaban dari rumusan masalah dan simpulan dari penelitian tentang “Analisis *Artificial* dan *Natural Attraction* terhadap kepuasan wisatawan di Puncak Wanagiri Buleleng Bali”, diantaranya yaitu sebagai berikut: 1). *Artificial attraction* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan wisatawan. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi dan meningkat *artificial attraction* maka kepuasan wisatawan akan meningkat. Jadi, *artificial attraction* sangat diminati oleh wisatawan, mereka sangat tertarik, dan puas akan adanya *artificial attraction* di Puncak Wanagiri. Semakin banyak dan berkualitas *artificial attraction* yang dibuat maka wisatawan akan semakin tertarik untuk mengunjungi Puncak Wanagiri. 2). *Natural attraction* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan wisatawan. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi dan meningkat variabel *natural attraction* maka kepuasan wisatawan pun juga akan meningkat. Jadi, *natural attraction* sangat diminati oleh wisatawan, mereka sangat menyukai, dan puas akan adanya *natural attraction* di Puncak Wanagiri. Semakin indah *natural attraction* yang ada maka wisatawan akan semakin suka dan tertarik untuk mengunjungi Puncak Wanagiri. 3). *Artificial attraction* dan *natural attraction* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan wisatawan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa *artificial* dan *natural attraction* di Puncak Wanagiri ini merupakan perpaduan yang tepat. Wisatawan tidak hanya dapat menikmati keindahan alam saja, tetapi juga dapat melakukan foto di berbagai spot *instagramable* yang tersedia.

BIBLIOGRAFI

- Amirullah. (2018). Pengaruh Faktor Fundamental Makro Dan Mikro Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Saham Perusahaan Sektor Infrastruktur Dan Sektor Konstruksi Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015 – 2017. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 7(2), 86–102. <https://doi.org/10.29303/jmm.v7i2.384>
- Arsana, I. G. N. W., Sunarta, I. N., & Arida, I. N. S. (2019). Fenomena Pengelolaan Atraksi Wisata Swafoto Dan Implikasinya Bagi Masyarakat Di Desa Wanagiri Kecamatan Sukasada Kabupaten Buleleng. *05(02)*, 330–347.
- Baharuddin, A., Kasmita, M., & Salam, R. (2017). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Malioboro Kota Yogyakarta. *Jurnal Ad'ministrare*, 3(2), 107. <https://doi.org/10.26858/ja.v3i2.2571>
- Chindyana, rosa melinda. (2020). Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang Daya Tarik Wisata Di Gunungkidul. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Ginanty, S. (2018). Sally Ginanty, 2015 The Analysis Of Understanding The Implementation Of Hygiene And Sanitation Principles In The Cafeterias Of Upi That Implies On The Consumer Satisfaction Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 1–53.
- Ghozali, M. A. (2018). Hubungan Prestasi Praktik Kerja Industri Terhadap Minat Bekerja Menjadi Mekanik Pada Siswa Kelas Xii Tkr Smk Negeri 1 Pungging Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, 7(2).
- Goje, Muresan, Gincu, Ramdani, D., & Adiatma, D. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata Alam dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kawasan Wisata Ciwidey dan Pangalengan. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 18, 1–7.
- Husin Demolingo, R. (2015). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Desa Bongo, Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 1, 67–82. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2015.v01.i02.p06>
- Irtifah, & Ghufron, M. I. (2019). Peningkatan Ekonomi Desa Melalui Wisata Alam. *Universitas Nurul Jadid Bondowoso*, 17(2), 244–253.
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>
- Kusumaningrum, D. A., & Wachyuni, S. S. (2020). Pengaruh Daya Tarik Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Coffee On The Bus Po. Rejeki Transport Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 3(1), 23–30.

- Listianingrum, A. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal. *Skripsi*. <http://repository.upstegal.ac.id/id/eprint/1025>
- Mahriani. (2020). Manajemen Pariwisata. In *Nuevos sistemas de comunicación e información*.
- Marantika, A. K., Nyoman, N., Martini, D., Srie, K., & Julyasih, M. (2020). *Pendampingan Penyusunan Strategi Pengembangan Desa Wanagiri Sebagai Desa Wisata*. 431–440.
- Mauludin, R. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Waduk Darma Kabupaten Kuningan. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(2), 57–68. <https://doi.org/10.17509/jurel.v14i2.9241>
- Meliani, K. S., & Agustini, N. L. P. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Wisatawan Yang Menginap Di Siesta Legian Hotel (Studi Pada Wisatawan Yang Menginap di Siesta Legian Hotel). *Journal Research Management*, 02(1), 90–101.
- Mulyadiharja, S., Wijana, N., & ... (2020). Pelestarian Dan Pemanfaatan Lingkungan Hidup Dalam Menunjang Desa Wanagiri Sebagai Desa Wisata. *Proceeding Senadimas*, 966–975. <https://lppm.undiksha.ac.id/senadimas2020/assets/ProsidingSenadimas2020/file/127.pdf>
- Nabila, A. D., & Widiyastuti, D. (2018). *Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Pongkok di Kabupaten Klaten*. 7(2).
- Nisa, U. M. (2020). Pengaruh Service Quality (Servqual) Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Desa Wisata Malasari Kabupaten Bogor Sebagai Potensi Gastronomi. 1–12.
- Novianti, Syintia, O. I. B. H. (2016). *Pengembangan atraksi wisata pantai tanjung pendam sebagai daya tarik wisata*. III(1), 49–59.
- Oliver, R. L., & Sharpe, J. W. E. (2014). A Behavioral Perspective on the Consumer Second Edition Richard L Oliver. *McGraw-Hill, New York*.
- Permadi, L. A., Retnowati, W., Oktaryani, G. A. S., & Ahyar, M. (2021). Identifikasi Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ancilliary TWA Gunung Tunak Desa Mertak Kecamatan Pujut Lombok Tengah. *Prosiding SAINTEK*, 3, 9–10.
- Pertiwi, F. A. T. (2018). *Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata, dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Objek wisata Konservasi (Universitas Sanata Dharma)*. 172. http://repository.usd.ac.id/32224/2/142214035_full.pdf
- Pristiwasa, I. W. T. K., & Demolingo, R. H. (2020). Bukit cinta campuhan sebagai daya

- tarik wisata trekking di ubud bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 20(1), 17–37.
- Rahma, A. M. (2018). Analisis Kepuasan Wisatawan Dalam Melakukan Aktifitas Wisata Di Pantai Pangandaran. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 15(1), 75–78. <https://doi.org/10.17509/jurel.v15i1.11437>
- Rahmawati, P. I., Trianasari, & Widiastini, N. M. A. (2020). Analisis Potensi Wisata Desa Wanagiri Kabupaten Buleleng Provinsi Bali. *Seminar Nasional Riset Inovatif*, 408–416. <https://e proceeding.undiksha.ac.id/index.php/senari/article/view/2154>
- Ramadhan. (2016). *Pengembangan Atraksi Pada Objek Wisata Danau Bandar Khayangan Lembah Sari, Pekanbaru*. 18(2), 22280.
- Sanjaya, M., & Santhyasa, I. K. G. (2020). Proses Perencanaan Wisata Swafoto. *Pranatacara Bhumandala: Jurnal Riset Planologi*, 1(1), 38–50.
- Sangkaeng, S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1089–1100. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.10113>
- Sugiono. (2012). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 133.
- Sulistiarmi, W. (2014). Analisis Kemampuan Berpikir Kreatif Siswa Kelas Xi-Ipa Pada Mata Pelajaran Fisika Sma Negeri Se-Kota Pati. *Unnes Physics Education Journal*, 3(3), 77–83.
- Sutana, I. G., & Paramita, I. B. G. (2021). Konsep pembangunan pariwisata milenial di kabupaten buleleng. *Genta Hredaya*, 5(2).
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*.
- Triana, W., & Yuliana. (2021). Strategi Pengembangan Atraksi Wisata Buatan Di Pantai Kata Kota Pariaman. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 13(1), 37–47.
- Wahyuni, S. (2020). *Bab 2 kualitas atraksi wisata kelas dunia 2.1*. 10–21.
- Wati, N. M. D. W. K., Imbayani, I. G. A., Ribek, P. K., & \. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Prodia Widyahusada. 1(2), 108–119.
- Widyastuti, N. K., Luh, N., Prawitha, C., & Suyasa, S. (2018). Wisata Swafoto Sebagai Daya Tarik Wisata. *Sintesa*, November, 363–370. <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/sintesa/article/view/504>

Copyright holder:

Ramang H Demolingo, Sriwulandari (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

