

PENGARUH *ATTRACTION, AMENITIES, ACCESSIBILITY, DAN ANCILLARY* TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS WISATAWAN NUSANTARA KE PANTAI PANDAWA, BADUNG

Theodorus Wijaya Kusuma¹, LGLK. Dewi², Putu Agus Wikanatha Sagita³
Email: theodoruswijaya611@gmail.com¹, leli_ipw@unud.ac.id², aguswika@unud.ac.id³
^{1,2,3}Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: Attraction, amenities, accessibility, and ancillary are 4 important components in a tourist attraction, if these components are managed and developed optimally, it will increase the satisfaction and loyalty of tourists visiting a tourist attraction. One of the tourist attractions that has attraction, amenities, accessibility, and ancillary components is the Pandawa Beach tourist attraction. This study aims to determine the effect of attraction, amenities, accessibility, and ancillary on the satisfaction and loyalty of domestic tourists visiting Pandawa Beach, Badung Regency, Bali. The data sources of this research are primary data and secondary data, while the types of data in this study are qualitative data and quantitative data. The data collection techniques used in this research are observation, questionnaires, interviews, documentation, and literature review. The sampling technique and informants in this study used accidental sampling technique with a sample size of 100 respondents. The data analysis technique used in this research is descriptive statistical analysis with the help of SmartPLS software. The results of this study indicate that attraction, amenities, accessibility, and ancillary have a direct positive and significant effect on domestic tourist satisfaction and domestic tourist loyalty and domestic tourist satisfaction has a positive and significant effect on domestic tourist loyalty. Then, attraction, amenities, accessibility, and ancillary have an indirect positive and significant effect on the loyalty of domestic tourists through the satisfaction of domestic tourists as mediation.

Abstrak: Attraction, amenities, accessibility, dan ancillary merupakan 4 komponen penting di sebuah daya tarik wisata, apabila komponen tersebut dikelola dan dikembangkan secara maksimal maka akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan yang berkunjung ke sebuah daya tarik wisata. Salah satu daya tarik wisata yang memiliki komponen attraction, amenities, accessibility, dan ancillary adalah daya tarik wisata Pantai Pandawa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh attraction, amenities, accessibility, dan ancillary terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan nusantara berkunjung ke Pantai Pandawa, Kabupaten Badung, Bali. Sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, sedangkan untuk jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, kuesioner, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik penentuan sampel dan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa attraction, amenities, accessibility, dan ancillary berpengaruh secara langsung positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara dan loyalitas wisatawan nusantara dan kepuasan wisatawan nusantara berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan nusantara. Kemudian, attraction, amenities, accessibility, dan ancillary berpengaruh secara tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan nusantara melalui kepuasan wisatawan nusantara sebagai mediasi.

Keywords: attraction, amenities, accessibility, ancillary, kepuasan, dan loyalitas.

PENDAHULUAN

Pariwisata memiliki peran penting dalam pembangunan suatu negara, terdapat beberapa negara yang mengandalkan sektor pariwisata sebagai sumber pendapatan devisa negara. Salah satu negara yang mengandalkan sektor pariwisata adalah Indonesia. Sektor pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sumber penghasil devisa negara terbesar selain ekspor kelapa sawit, ekspor tekstil, ekspor migas, dan lain-lain. Pariwisata yang dimiliki Indonesia terkenal karena memiliki keindahan alam dan budaya yang menjadi suatu daya tarik bagi wisatawan nusantara, setiap daerah memiliki daya tarik dan ciri khasnya masing-masing. Oleh karena itu pemerintah berusaha untuk mengembangkan sektor pariwisata di seluruh daerah yang ada di Indonesia sesuai dengan potensi daerah masing-masing. Salah satu daerah yang mengembangkan sektor pariwisata dan memiliki potensi besar dalam pariwisata adalah Pulau Bali (Zuhriah *et al*, 2022).

Bali menjadi salah satu penyumbang devisa terbesar bagi negara melalui sektor pariwisata selain sektor pertanian, karena pariwisatanya yang terkenal maka banyak wisatawan nusantara yang menjadikan Pulau Bali sebagai destinasi wisata mereka. Pulau Bali memiliki keindahan alam mulai dari pegunungan hingga pantai, keindahan budaya seperti bangunan, pakaian adat, upacara adat, tradisi serta adat istiadat, dan Bali juga memiliki daya tarik minat khusus bagi wisatawan nusantara yang senang melakukan petualangan dengan suasana yang berbeda dari daerah asal (Huda *et al*, 2022). Pulau Bali memiliki beberapa kabupaten dan satu kota madya, dari beberapa kabupaten yang ada di Bali salah satunya yang menjadi tujuan perjalanan wisata bagi wisatawan nusantara adalah Kabupaten Badung. Secara administratif Kabupaten Badung di sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Buleleng, di sebelah timur berbatasan dengan Kota Denpasar, Kabupaten Bangli, dan Kabupaten Gianyar, di sebelah selatan berbatasan dengan Samudera Hindia, dan di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Tabanan.

Kabupaten Badung merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi pariwisata beragam mulai dari daerah pesisir sampai daerah perbukitan. Oleh karena itu, sektor pariwisata di Kabupaten Badung menjadi sektor unggulan selain sektor pertanian, karena sektor pariwisata memberikan kontribusi besar

bagi pendapatan daerah Kabupaten Badung. Sektor pariwisata yang berkembang di Kabupaten Badung menarik banyak wisatawan nusantara untuk berkunjung. Kabupaten Badung terbagi Badung Utara, Badung Tengah, dan Badung Selatan, setiap daerah memiliki daya tarik wisata beragam yakni alam, budaya, dan minat khusus. Di Kabupaten Badung khususnya daerah selatan, ada salah satu daya tarik wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara yakni daya tarik wisata Pantai Pandawa. Jika dibandingkan dengan pantai lainnya, Pantai Pandawa sudah berkembang sejak tahun 2012 dan sudah dikelola oleh lembaga setempat. Sedangkan, beberapa pantai lainnya yang ada di Badung Selatan beberapa diantaranya ada yang belum dikelola oleh lembaga setempat. Pantai Pandawa adalah sebuah daya tarik wisata yang berlokasi di Desa Kutuh,

Pantai Pandawa memiliki panorama indah dengan hamparan pasir putih dan air laut yang berwarna hijau kebiruan, selama perjalanan menuju pantai wisatawan juga dimanjakan dengan pemandangan patung Pandawa yang ada di tebing berbatu sehingga menambah keindahan Pantai Pandawa. Selain menikmati keindahan alam Pantai Pandawa, wisatawan juga dapat menikmati aktivitas lain seperti berjemur, berburu kuliner di restoran atau kafe, bersantai di *Roosterfish Beach Club*, beswafoto di mercusuar dan taman batu cinta, ada juga aktivitas *snorkeling* dan berlayar menggunakan kano.

Berdasarkan data pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan nusantara mengalami pertumbuhan sebesar -15,7%, kemudian pada tahun 2020 jumlah kunjungan mengalami penurunan kembali dengan tingkat pertumbuhan sebesar 63,6%. Pada tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan nusantara kembali mengalami penurunan dengan tingkat pertumbuhan sebesar 32,9% dan pada tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan nusantara mulai meningkat dengan tingkat pertumbuhan sebesar 100,5%. Berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Pantai Pandawa di atas, terlihat bahwa jumlah kunjungan mengalami fluktuasi dalam beberapa tahun terakhir. Dari hasil observasi lapangan yang penulis lakukan, ditemukan penyebab terjadinya fluktuasi dalam jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Pantai Pandawa dikarenakan mulai munculnya daya tarik wisata pantai baru yang masih terlihat

alami, kemudian ada beberapa kompetitor yang lebih menarik dari segi atraksi wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahannya.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan Bapak I Wayan Letra selaku manajer Pantai Pandawa, beliau juga mengungkapkan bahwa wisatawan nusantara memiliki keluhan terhadap fasilitas yang masih kurang lengkap dan memadai. Banyaknya jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Pantai Pandawa disertai dengan munculnya beberapa pendapat yang mereka sampaikan melalui media digital, setiap wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Pandawa memiliki pendapat yang berbeda-beda, pendapat dari wisatawan nusantara ditulis dalam bentuk ulasan pada media digital. Ulasan pertama menyatakan bahwa mulai berkurangnya atraksi wisata atau daya tarik dari Pantai Pandawa karena mulai bermunculan beberapa kompetitor yang lebih menarik bagi wisatawan nusantara baik dari segi atraksi wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan (Wisnu Kencana, Juli 2022, Website Tripadvisor). Ulasan kedua menyatakan bahwa fasilitas toilet umum yang disediakan perlu dilakukan pemeliharaan dan perawatan ke depannya, supaya tidak ada lagi kesan negatif maupun keluhan yang disampaikan oleh wisatawan nusantara yang menggunakan fasilitas toilet tersebut saat berkunjung ke Pantai Pandawa (Diyah Robi, September 2022, Google Maps Review).

Ulasan ketiga menyatakan bahwa Pantai Pandawa mulai berkurang kealamiannya karena sudah semakin banyak sentuhan tangan manusia, Pantai Pandawa juga terkesan kurang rapi yang menyebabkan tidak sedap dipandang oleh wisatawan nusantara (Marsita Putri, Agustus 2022, Google Maps Review). Ulasan keempat menyatakan bahwa Pantai Pandawa perlu melakukan pemeliharaan, pengembangan, dan penataan yang lebih lanjut berkaitan dengan aksesibilitas dan atraksi wisatanya, supaya Pantai Pandawa tetap memiliki daya tarik tersendiri dan keunikan dibandingkan pantai lainnya sehingga membuat wisatawan nusantara merasa puas dan melakukan kunjungan berulang ke Pantai Pandawa (Dwi Pradnya, November 2021, Google Maps Review).

Ulasan kelima menyatakan bahwa kedepannya Pantai Pandawa perlu mengembangkan dan mengelola kembali atraksi wisata yang ada dan melakukan

penambahan layanan penunjang lainnya supaya tidak terkesan monoton dan membuat wisatawan merasa puas saat berkunjung ke Pantai Pandawa (Peony Tiger, Maret 2020, Tripadvisor). Ulasan keenam menyatakan bahwa pengelola perlu meningkatkan dan mengembangkan kembali fasilitas khususnya toilet yang ada, karena menjadi hal penting di pantai ini, sehingga kedepannya wisatawan nusantara merasa nyaman dan puas saat menggunakan kembali fasilitas pada waktu berkunjung kembali ke Pantai Pandawa (Erimnisa Ginting, Juni 2022, Google Maps Review). Ulasan terakhir menyatakan bahwa perlu adanya pengelolaan dan pengembangan lebih lanjut yang berkaitan dengan fasilitas toilet yang ada di Pantai Pandawa supaya kedepannya tidak ada lagi keluhan maupun kesan negatif dari wisatawan nusantara yang berkunjung dan menggunakan fasilitas di pantai ini (Fery Wardhana, Februari 2023, Google Maps Review).

Berdasarkan hasil observasi di lapangan penulis menemukan beberapa kekurangan yang berkaitan dengan *attraction*, *amenities*, *accessibility* dan *ancillary* yang ada di Pantai Pandawa, pertama perjalanan menuju Pantai Pandawa sering mengalami kemacetan di jalur utama yang disebabkan padatunya lalu lintas dan kecilnya ruas jalan, penulis juga menemukan bahwa fasilitas toilet yang ada di Pantai Pandawa jumlahnya masih kurang banyak dan lokasinya masih berjauhan dari satu titik ke titik lainnya. Untuk atraksi wisata yang ada di lapangan masih terkesan monoton dan kurang menarik, selanjutnya yang terakhir untuk pelayanan tambahan masih terlihat kurang dari segi pembangunan fisik, kerjasama dengan beberapa asosiasi kepariwisataan, dan sarana pemasaran untuk menyampaikan informasi-informasi terbaru tentang Pantai Pandawa. Berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Pantai Pandawa, ulasan dari wisatawan nusantara, dan hasil dari observasi lapangan yang dilakukan maka penulis melihat bahwa adanya fenomena yang menarik untuk diteliti dari segi *attraction*, *amenities*, *accessibility*, dan *ancillary* terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan nusantara berkunjung ke Pantai Pandawa. Oleh karena itu penulis mengangkat rumusan masalah yang berkaitan dengan pengaruh *attraction*, *amenities*, *accessibility*, dan *ancillary* terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan nusantara berkunjung ke Pantai Pandawa, Kabupaten Badung, Bali.

Telaah penelitian sebelumnya menggunakan 15 jurnal nasional dan 5 jurnal internasional, dari jurnal-jurnal tersebut ada beberapa persamaan dan perbedaan. Persamaan dari jurnal terdahulu adalah variabel *attraction*, *amenities*, *accessibility*, *ancillary*, kepuasan, dan loyalitas, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan analisis data menggunakan PLS. Selanjutnya, ada beberapa perbedaan dari jurnal terdahulu yakni subjek yang diteliti, lokasi, waktu, dan analisis data menggunakan SPSS dan AMOS. Landasan konsep dan teori terdiri dari konsep wisatawan, *attraction*, *amenities*, *accessibility*, *ancillary*, kepuasan, loyalitas, dan daya tarik wisata sedangkan untuk teori yakni teori kepuasan dan teori loyalitas. Setiap konsep dan teori akan dijabarkan dalam uraian berikut: pertama ada konsep wisatawan merupakan seseorang tanpa membedakan ras, kelamin, bahasa, dan agama yang memasuki wilayah suatu negara yang mengadakan perjanjian yang lain daripada negara di mana orang itu biasanya tinggal dan berada di situ tidak kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari 6 bulan di dalam jangka waktu 12 bulan berturut-turut, untuk tujuan non imigrasi yang legal seperti perjalanan wisata, rekreasi, olahraga, kesehatan, alasan keluarga, studi, ibadah keagamaan, atau urusan usaha (Yoeti, 1983). Berdasarkan konsep wisatawan di atas, penulis memaknai bahwa wisatawan nusantara adalah warga negara yang melakukan perjalanan wisata ke berbagai daya tarik wisata yang masih berada dalam batas negaranya sendiri atau tidak melewati batas negaranya.

Kedua adalah konsep *attraction* menurut Cooper merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan, ada banyak alasan mengapa orang berwisata ke suatu daerah. Beberapa yang paling umum adalah untuk melihat keseharian penduduk setempat, menikmati keindahan alam, menyaksikan budaya yang unik, atau mempelajari sejarah daerah tersebut. Intinya wisatawan datang untuk menikmati hal-hal yang tidak dapat mereka temukan dalam kehidupan mereka sehari-hari. Atraksi disebut juga objek dan daya tarik wisata yang diminati oleh wisatawan. Suatu daerah atau tempat hanya dapat menjadi tujuan wisata kalau kondisinya sedemikian rupa, sehingga ada yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata. Cooper membedakan atraksi wisata menjadi 3 jenis yakni daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata minat khusus (Suwena dan Widayatmaja, 2017).

Berdasarkan konsep *attraction* di atas, penulis memaknai bahwa *attraction* adalah suatu hal yang dimiliki oleh daya tarik wisata yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung.

Ketiga adalah konsep *amenities* menurut Cooper 1995 merupakan segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti penginapan, rumah makan, transportasi, dan infrastruktur. Berdasarkan konsep *amenities* di atas, dapat dimaknai bahwa *amenities* adalah segala sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daya tarik wisata. Keempat adalah konsep *accessibility* menurut Cooper aksesibilitas adalah faktor penting dalam kegiatan pariwisata, segala jenis transportasi atau jasa transportasi yang menjadi akses serta memudahkan wisatawan untuk berpindah dari suatu lokasi ke lokasi lain (Ardiansyah dan Maulida, 2020). Berdasarkan konsep *accessibility* di atas, dapat dimaknai bahwa *accessibility* adalah sarana dan moda angkutan yang berfungsi untuk memudahkan wisatawan dalam menuju daya tarik wisata.

Kelima adalah konsep *ancillary* menurut Cooper 1995 adalah pelengkap yang harus disediakan oleh pemerintah daerah dari suatu daya tarik wisata, baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang perlu disediakan yakni pemasaran, pembangunan fisik serta mengkoordinir segala macam aktivitas (Suwena dan Widayatmaja, 2017). Berdasarkan konsep *ancillary* di atas, dapat dimaknai bahwa *ancillary* adalah pelayanan tambahan yang perlu disediakan pada daya tarik wisata dalam menunjang aktivitas wisata. Keenam adalah konsep kepuasan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry adalah perasaan terhadap satu jenis pelayanan yang diterima atau didapatkan, apabila harapan sesuai dengan pelaksanaan maka akan merasa puas, sebaliknya apabila harapan tidak sesuai dengan pelaksanaan maka akan merasa tidak puas (Sendra, 2019). Berdasarkan konsep kepuasan di atas, dapat dimaknai bahwa kepuasan adalah suatu perasaan puas atau senang terhadap suatu produk atau layanan yang diterima oleh wisatawan karena pelaksanaannya melebihi harapan.

Ketujuh adalah konsep loyalitas menurut Oliver loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang

secara konsisten pada waktu mendatang (Ningsih, 2020). Berdasarkan konsep loyalitas di atas, dapat dimaknai bahwa loyalitas adalah suatu kesetiaan yang dimiliki oleh seseorang untuk menggunakan atau membeli suatu produk secara konsisten dan berulang-ulang. Kedelapan adalah konsep daya tarik wisata menurut Yoeti (1985) mengatakan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu (Muksin, 2016). Berdasarkan konsep daya tarik wisata di atas, maka penulis mengartikan daya tarik wisata adalah suatu tempat yang memiliki ciri khas atau keunikan yang dapat menarik kunjungan wisatawan sehingga tempat tersebut dijadikan sebagai tujuan wisata.

Selanjutnya teori kepuasan menurut Sumarwan (Ratih, 2023) kepuasan dibagi menjadi *positive disconfirmation*, *simple confirmation*, dan *negative disconfirmation*. Penerapan teori kepuasan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke daya tarik wisata Pantai Pandawa, Kabupaten Badung, Bali. Berikutnya teori loyalitas menurut Oliver (1997) dalam (Widayati, 2014) dibagi menjadi loyalitas kognitif, loyalitas efektif, loyalitas konatif, dan loyalitas tindakan. Penerapan teori loyalitas untuk mengukur seberapa tingkat loyalitas wisatawan nusantara yang berkunjung ke daya tarik wisata Pantai Pandawa, Kabupaten Badung, Bali.

METODE

Lokasi yang digunakan adalah Pantai Pandawa yang beralamat di Jalan Pantai Pandawa, Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Provinsi Bali 80361. Variabel terbagi menjadi 3 jenis yaitu variabel independen (eksogen), variabel mediasi (*intervening*), dan variabel dependen (endogen). Variabel independen adalah variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel dependen, yang termasuk variabel independen adalah *attraction*, *amenities*, *accessibility*, *ancillary*. Selanjutnya ada variabel mediasi adalah variabel yang menjadi perantara hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, yang termasuk variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kepuasan. Terakhir ada variabel dependen adalah variabel yang bergantung dan merupakan hasil dari pengaruh variabel

independen, yang termasuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas.

Jenis data ada 2 yaitu data kualitatif merupakan kalimat, kata, skema, dan pernyataan yang bukan berbentuk angka. Sedangkan, data kuantitatif adalah data yang berupa angka atau data yang dapat dikonversi menjadi angka, data kuantitatif juga merupakan data statistik yang dapat dianalisis. Sumber data ada 2 jenis yaitu sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari pihak terkait, data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden, hasil wawancara dengan manajer Pantai Pandawa, dan hasil observasi lapangan di Pantai Pandawa. Sedangkan, untuk data sekunder merupakan data berupa informasi yang sebelumnya telah ada dan dikumpulkan oleh penulis yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data, data sekunder yakni hasil dokumentasi yang diambil oleh penulis saat berada di Pantai Pandawa dan studi literatur pada buku, jurnal, dan makalah.

Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi yang merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai gejala yang tampak pada lapangan, penulis biasanya terjun langsung ke lapangan untuk mengamati kondisi yang ada. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pernyataan kepada orang lain yang berperan sebagai responden, kuesioner harus memiliki tujuan yang jelas dan bahasa yang digunakan harus mudah dimengerti oleh responden, kuesioner ini menggunakan skala likert untuk membantu mengukur tingkat jawaban yang akan diberikan oleh responden. Wawancara merupakan pengumpulan data yang berbentuk tanya jawab dengan narasumber untuk mendapatkan data yang diharapkan penulis, wawancara ini dilakukan dengan narasumber yakni Bapak I Wayan Letra selaku manajer Pantai Pandawa. Dokumentasi merupakan pengumpulan data berupa tulisan, gambar, atau karya dari seseorang, dokumentasi berupa gambar yang diambil penulis saat berada di Pantai Pandawa. Studi Pustaka merupakan pengumpulan data dengan membaca literatur terdahulu yang bersumber dari buku, makalah, dan jurnal.

Teknik penentuan sampel harus dilakukan dengan benar sehingga sampel yang diperoleh dapat berfungsi atau dapat menggambarkan populasi yang sebenarnya. Penulis menggunakan teknik *accidental*

sampling yakni teknik pengambilan sampel yang sifatnya incidental, sampel yang diambil sesuai dengan orang yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti. Sampel yang digunakan adalah wisatawan nusantara yang berkunjung minimal 2 kali ke Pantai Pandawa dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sampel yang berkaitan. Jumlah sampel adalah 5 dikali jumlah indikator yaitu 18 jadi jumlah sampel seluruhnya adalah 90 sampel. Namun, menurut Cohen (2007) semakin banyak sampel maka akan semakin baik penelitian tersebut, maka dari itu penulis membulatkan jumlah sampel menjadi 100 sampel. Teknik analisis data menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bantuan *software* SmartPLS, PLS merupakan alat bantu analisis yang kuat karena tidak didasari oleh banyak asumsi (Abdullah, 2015). Penulis menggunakan analisis statistik deskriptif yang berupa cara menganalisis data dengan menggambarkan atau meringkas data yang telah dikumpulkan. Analisis dengan PLS memiliki beberapa tahapan yakni evaluasi model pengukuran, evaluasi model struktural, serta evaluasi kecocokan dan kebaikan model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Pandawa dulunya dikenal dengan nama Pantai Kutuh yang sebelumnya digunakan sebagai kawasan budidaya rumput laut oleh masyarakat setempat, pada tahun 90 an pendapatan masyarakat Desa Adat Kutuh 90% berasal dari budidaya rumput laut. Karena keberanian dari prajuru Desa Adat Kutuh dan keperluan akses bagi masyarakat setempat maka dibukalah akses untuk menuju Pantai Pandawa, seiring berjalannya waktu proses dari pembangunan akses menghabiskan waktu selama 12 tahun tanpa adanya perencanaan dan target tertentu. Perjuangan dalam pembangunan Pantai Pandawa sangat mirip dengan epos Mahabharata yang terkenal dengan kisah pembuangan Panca Pandawa oleh saudaranya selama 12 tahun hingga berhasil membuat kerajaan yang besar yaitu Ayodya. Kisah tersebut sama halnya dengan perjuangan masyarakat setempat untuk melakukan persembahyangan dengan banyak rintangan yang kemudian ada pembangunan akses untuk mempermudah perjalanan dan pada akhirnya lahirlah sebuah daya tarik wisata yang dikenal dengan nama Pantai Pandawa.

Selain memiliki daya tarik wisata alam Pantai Pandawa juga menyajikan pementasan

Tari Kecak secara regular dan non regular. Pantai Pandawa juga sering mengadakan acara yang mengundang asosiasi kepariwisataan yang menjalin kerjasama dan memberikan banyak kontribusi terhadap Pantai Pandawa. Pantai Pandawa juga memiliki festival yang setiap tahunnya selalu diadakan dari tanggal 25-31 Desember dengan nama Pandawa Beach Festival. Pantai ini juga memiliki sebuah *tagline* yang berbunyi “Maju bersama dengan masyarakat.”

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang disebarakan kepada responden di Pantai Pandawa diperoleh karakteristik yang akan diuraikan bahwa jumlah wisatawan nusantara laki-laki 48 orang dan perempuan 52 orang dari total 100 responden. Wisatawan nusantara dengan usia 19-25 tahun berjumlah 45 orang, usia 26-35 tahun berjumlah 48 orang, usia 36-45 tahun berjumlah 7 orang, dan usia lebih dari 45 tahun tidak ada. Wisatawan nusantara yang sudah menikah berjumlah 43 orang dan yang belum menikah berjumlah 57 orang dari total 100 responden. Jumlah wisatawan nusantara yang berasal dari provinsi yang berada di Pulau Jawa berjumlah 76 orang, yang berasal dari provinsi di Pulau Kalimantan berjumlah 5 orang, yang berasal dari provinsi di Pulau Sumatera berjumlah 8 orang, yang berasal dari Pulau Maluku berjumlah 5 orang, yang berasal dari provinsi di Pulau Nusa Tenggara berjumlah 6 orang dari total 100 responden. Wisatawan nusantara yang memiliki pendidikan terakhir dari total 100 responden terdiri dari SMA/SMK/Sederajat berjumlah 26 orang, Diploma berjumlah 14 orang, S1 berjumlah 57 orang, S2 berjumlah 3 orang, dan S3 tidak ada. Jumlah wisatawan nusantara yang masih menjadi pelajar/mahasiswa berjumlah 19 orang, bekerja sebagai pegawai swasta berjumlah 48 orang, bekerja sebagai pegawai negeri sipil berjumlah 14 orang, dan sebagai wirausaha berjumlah 19 orang dari total 100 responden. Wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Pandawa memiliki frekuensi kunjungan 2-4 kali berjumlah 85 orang, 5-7 kali berjumlah 14 orang, dan lebih dari 7 kali berjumlah 1 orang dari total 100 responden. Wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Pandawa mendapat sumber informasi dari keluarga berjumlah 19 orang, dari teman berjumlah 24 orang, dari media sosial/media cetak berjumlah 13 orang, dari website berjumlah 5 orang, dan dari agen

perjalanan berjumlah 39 orang dari total 100 responden.

Berdasarkan hasil kuesioner yang berisi persepsi responden terhadap pernyataan-pernyataan yang ada pada variabel *attraction*, *amenities*, *accessibility*, *ancillary*, kepuasan dan loyalitas dapat diuraikan bahwa persepsi responden terhadap pernyataan pada variabel *attraction* adalah yang pertama Pantai Pandawa memiliki keindahan alam dengan hamparan pasir putih dan warna laut hijau kebiruan memiliki rata-rata skor 2,61 yang berarti responden “setuju”, pernyataan kedua Pantai Pandawa menyajikan pemandangan tebing yang indah selama perjalanan memiliki rata-rata skor 3,09 yang berarti responden “setuju”, pernyataan ketiga Pantai Pandawa memiliki patung unik yang cocok digunakan untuk berswafoto memiliki rata-rata skor 2,68 yang berarti responden “setuju”, pernyataan keempat Pantai Pandawa menyajikan pementasan Tari Kecak memiliki rata-rata skor 2,74 yang berarti responden “setuju”, pernyataan kelima Pantai Pandawa menyajikan aktivitas tambahan seperti menyewa kano, berjemur, dan pijat relaksasi memiliki rata-rata skor 2,65 yang berarti responden “setuju”, dan pernyataan terakhir Pantai Pandawa memiliki area *marine park* memiliki rata-rata skor 2,64 yang berarti responden “setuju”.

Berikutnya persepsi responden terhadap pernyataan pada variabel *amenities* adalah yang pertama terdapat beberapa penginapan di sekitar Pantai Pandawa memiliki rata-rata skor, 2,72 yang berarti responden “setuju”, pernyataan kedua Pantai Pandawa mudah dijangkau dari lokasi penginapan memiliki rata-rata skor 2,75 yang berarti responden “setuju”, pernyataan ketiga Pantai Pandawa menyediakan restoran dan kafe memiliki rata-rata skor 2,77 yang berarti responden “setuju”, pernyataan keempat Pantai Pandawa menyediakan beragam menu makanan dan minuman yang ada di restoran dan kafe memiliki rata-rata skor 2,92 yang berarti responden “setuju”, pernyataan kelima Pantai Pandawa menyediakan transportasi antar jemput di kawasan pantai memiliki rata-rata skor 2,72 yang berarti responden “setuju”, dan pernyataan terakhir Pantai Pandawa menyediakan toilet dan tempat sampah di sekitarnya memiliki rata-rata skor 2,69 yang berarti responden “setuju”.

Selanjutnya persepsi responden terhadap pernyataan pada variabel *accessibility* adalah

yang pertama Pantai Pandawa memiliki rute jalan yang muda dilalui memiliki rata-rata skor 2,98 yang berarti responden “setuju”, pernyataan kedua Pantai Pandawa menyediakan papan penunjuk jalan selama perjalanan memiliki rata-rata skor 2,93 yang berarti responden “setuju”, pernyataan ketiga Pantai Pandawa memiliki akses yang mudah dijangkau sehingga membuat perjalanan nyaman memiliki rata-rata skor 2,94 yang berarti responden “setuju”, pernyataan keempat Pantai Pandawa memiliki jalan yang bagus sehingga perjalanan nyaman memiliki rata-rata skor 3,02 yang berarti responden “sangat setuju”, pernyataan kelima Pantai Pandawa memiliki akses jalan yang aman memiliki rata-rata skor 3,04 yang berarti responden “sangat setuju”, dan pernyataan terakhir Pantai Pandawa memiliki akses jalan yang lancar memiliki rata-rata skor 2,92 yang berarti responden “setuju”.

Berikutnya persepsi responden terhadap pernyataan pada variabel *ancillary* adalah yang pertama Pantai Pandawa menyediakan jaringan sinyal dan jaringan telekomunikasi yang memadai memiliki rata-rata skor 2,87 yang berarti responden “setuju”, pernyataan kedua Pantai Pandawa menyediakan pos keamanan dan klinik kesehatan memiliki rata-rata skor 3,13 yang berarti responden “sangat setuju”, pernyataan ketiga Pantai Pandawa menyediakan papan informasi memiliki rata-rata skor 3,03 yang berarti responden “sangat setuju”, pernyataan keempat Pantai Pandawa menyediakan informasi melalui media cetak dan media digital memiliki rata-rata skor 3,01 yang berarti responden “sangat setuju”, pernyataan kelima Pantai Pandawa menyediakan asosiasi pemandu wisata atau pramuwisata memiliki rata-rata skor 2,95 yang berarti responden “setuju”, dan pernyataan terakhir Pantai Pandawa memiliki lembaga pengelola dan kantor memiliki rata-rata skor 3,11 yang berarti responden “sangat setuju”.

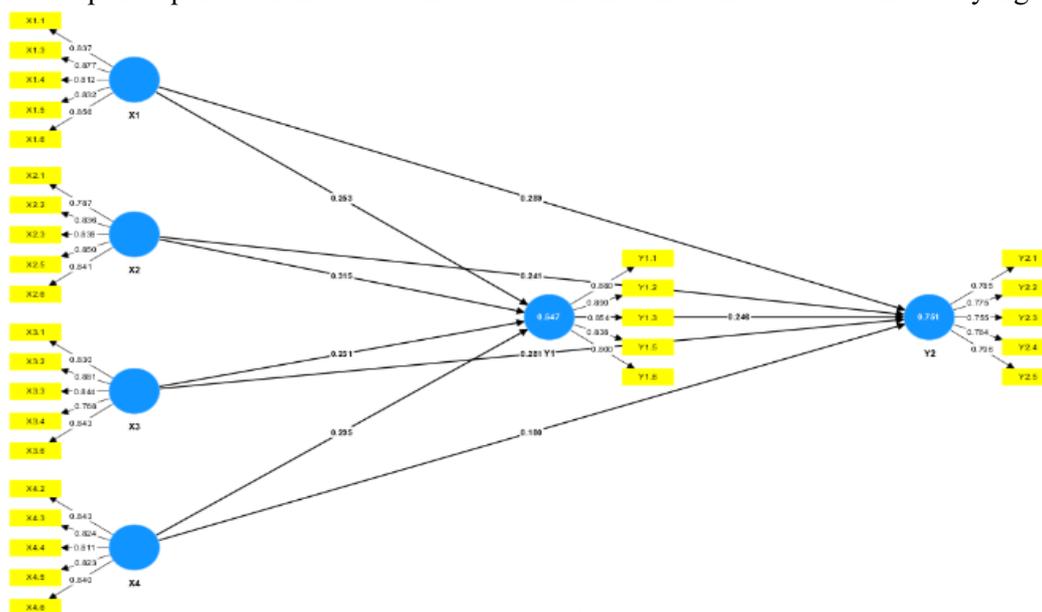
Selanjutnya persepsi responden terhadap pernyataan pada variabel kepuasan adalah yang pertama anda merasa puas dengan atraksi wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan di Pantai Pandawa memiliki rata-rata skor 2,92 yang berarti responden “setuju”, pernyataan kedua harapan anda sesuai dengan kenyataan yang ada di Pantai Pandawa memiliki rata-rata skor 2,93 yang berarti responden “setuju”, pernyataan ketiga anda berminat untuk berkunjung kembali ke Pantai

Pandawa pada waktu yang akan datang memiliki rata-rata skor 3,00 yang berarti responden “setuju”, pernyataan keempat anda lebih ingin mengunjungi Pantai Pandawa dibandingkan pantai lainnya memiliki rata-rata skor 3,00 yang berarti responden “setuju”, pernyataan kelima anda bersedia untuk merekomendasikan Pantai Pandawa kepada orang lain memiliki rata-rata skor 2,99 yang berarti responden “setuju”, dan pernyataan terakhir anda bersedia mengajak teman dan keluarga untuk berkunjung ke Pantai Pandawa memiliki rata-rata skor 2,93 yang berarti responden “setuju”.

Terakhir ada persepsi responden terhadap pernyataan pada variabel loyalitas adalah yang pertama memberikan ulasan dan saran positif terhadap Pantai Pandawa memiliki rata-rata skor 2,98 yang berarti responden “setuju”, pernyataan kedua selalu berpikir positif terhadap hal-hal Pantai Pandawa memiliki rata-rata skor 3,01 yang berarti responden “sangat setuju”, pernyataan ketiga merekomendasikan Pantai Pandawa kepada tema, keluarga, dan orang lain memiliki rata-rata skor 2,99 yang berarti responden “setuju”, pernyataan keempat berkunjung bersama teman dan keluarga ke Pantai Pandawa memiliki rata-rata skor 2,95 yang berarti responden “setuju”, pernyataan kelima melakukan kunjungan berulang ke Pantai Pandawa pada waktu yang akan datang memiliki rata-rata skor 2,97 yang berarti responden “setuju”, dan pernyataan terakhir tetap memilih berkunjung ke Pantai Pandawa daripada pantai lain di waktu

mendatang memiliki rata-rata skor 3,05 yang berarti responden “sangat setuju”. Berdasarkan olah data menggunakan PLS didapatkan hasil yang akan diuraikan bahwa evaluasi model pengukuran dibagi menjadi *convergent validity* yakni mengukur item pengukuran valid secara konvergen apabila *loading factor* $\geq 0,7$ dan *AVE* $\geq 0,5$.

Berdasarkan hasil penelitian, *Convergent Validity* diperoleh nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)* dari konstruk *attraction*, *amenities*, *accessibility*, *ancillary*, kepuasan, dan loyalitas yang telah memenuhi standar, yakni *loading factor* $\geq 0,7$ dan *AVE* $\geq 0,5$, sehingga seluruh item dapat dikatakan valid berdasarkan validitas konvergen. Sedangkan untuk item yang tidak valid yakni X1.2, X2.4, X3.5, X4.1, Y1.4, dan Y2.6 dikeluarkan dari model. Berdasarkan penelitian, variabel dinyatakan valid secara diskriminan dengan kriteria *fornell-larcker criterion* karena nilai akar *AVE* > korelasi antar variabel. Item pengukuran dikatakan valid secara diskriminan apabila item pengukuran berkorelasi tinggi dengan konstruk yang diukurnya. Variabel valid secara diskriminan karena memiliki nilai *HTMT* < 0,90. Variabel membagi variasi item pengukuran terhadap item yang mengukurnya lebih kuat jika dibandingkan dengan membagi variasi pada item variabel lain. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *composite reliability* > 0,7 dan nilai *cronbach's alpha* > 0,7. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa nilai *inner VIF* < 5 yang berarti



Gambar 1. Path Diagram

tidak ada multikolinear antara variabel. Berdasarkan penelitian, diperoleh hasil bahwa variabel kepuasan (Y1) dipengaruhi variabel *attraction*, *amenities*, *accessibility*, dan *ancillary* sebesar 54,7% sedangkan variabel loyalitas (Y2) dipengaruhi variabel *attraction*, *amenities*, *accessibility*, *ancillary* dan kepuasan sebesar 75,1%. Variabel kepuasan (Y1) memiliki akurasi prediksi moderat karena nilai $q\ square > 0,25$ sedangkan variabel loyalitas (Y2) memiliki akurasi prediksi tinggi karena nilai $q\ square > 0,50$. Efek *size* moderat terdapat pada pengaruh antara variabel X2 dan X4 terhadap Y1 serta variabel X1 dan X3 terhadap Y2 sedangkan efek *size* kecil terdapat pada pengaruh antara variabel X1 dan X3 terhadap Y1 serta variabel X2, X4, dan Y1 terhadap Y2.

Berdasarkan hasil dari pengolahan data menggunakan *software* PLS, maka pembahasan terdiri dari pengaruh *attraction*, *amenities*, *accessibility*, *ancillary* terhadap kepuasan wisatawan nusantara, berikutnya pengaruh kepuasan wisatawan nusantara terhadap loyalitas wisatawan nusantara, dan pengaruh *attraction*, *amenities*, *accessibility*, dan *ancillary* terhadap loyalitas wisatawan nusantara akan diuraikan berikut.

Pengaruh *Attraction*, *Amenities*, *Accessibility*, dan *Ancillary* terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *attraction* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y1). Hal tersebut dapat dilihat dari perolehan nilai t-statistik $2,712 > 1,96$, nilai p-values $0,007 < 0,05$, dan nilai koefisien jalur sebesar 0,253. Hasil ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Stella Alvianna, Ryan Gerry Patalo, Syarif Hidayatullah, dan Ike Kusdyah Rachmawati (2020) yang mengemukakan bahwa semakin baik *attraction* yang ada di daya tarik wisata maka semakin meningkat pula kepuasan wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *amenities* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y1). Hal tersebut dapat dilihat dari perolehan nilai t-statistik $3,703 > 1,96$, nilai p-values $0,000 < 0,05$, dan nilai koefisien jalur sebesar 0,315. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Bothy Dewandaru, Afif Nur Rahmadi, dan

Nunung Susilaningsih (2020) yang mengemukakan bahwa semakin baik dan lengkapnya *amenities* maka semakin meningkat pula kepuasan wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *accessibility* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y1). Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistik $2,653 > 1,96$, nilai p-values $0,008 < 0,05$, dan nilai koefisien jalur sebesar 0,231. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Winny Virginia Saway, Stella Alvianna, Estikowati, Alwin Lasarudin, dan Syarif Hidayatullah (2021) yang mengemukakan bahwa semakin baik *accessibility* maka semakin meningkat pula kepuasan wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *ancillary* (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y1). Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistik $3,802 > 1,96$, nilai p-values $0,000 < 0,05$, dan nilai koefisien jalur sebesar 0,295. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Stella Alvianna, Ryan Gerry Patalo, Syarif Hidayatullah, dan Ike Kusdyah Rachmawati (2020) yang mengemukakan bahwa semakin baik *ancillary* maka semakin meningkat pula kepuasan wisatawan yang berkunjung.

Frekuensi persepsi responden terhadap variabel kepuasan mendapat total skor 296 dengan rata-rata skor 3,0 yang berarti wisatawan nusantara menyatakan “setuju” bahwa *attraction*, *amenities*, *accessibility*, dan *ancillary* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung. Namun, dari enam pernyataan yang ada di variabel kepuasan, ada salah satu pernyataan yang memiliki nilai terendah yakni pernyataan Y1.1 “anda merasa puas dengan atraksi wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan di Pantai Pandawa” dengan rata-rata skor 2,92 yang berarti wisatawan nusantara masih kurang puas terhadap atraksi wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan yang ada di Pantai Pandawa. Hal ini juga didukung oleh observasi lapangan yang dilakukan oleh penulis dengan mendapatkan hasil bahwa atraksi wisata yang ada di Pantai Pandawa terlihat monoton, fasilitas yang ada di Pantai Pandawa masih terbatas terutama fasilitas toilet, aksesibilitas menuju Pantai Pandawa masih sering terjadi kemacetan di jalur utama, dan pelayanan

tambahan seperti pembangunan fisik masih terlihat kurang di Pantai Pandawa. Apabila semakin baik *attraction*, *amenities*, *accessibility*, dan *ancillary* yang ada di Pantai Pandawa maka semakin meningkat pula kepuasan wisatawan yang berkunjung.

Pengaruh Kepuasan Wisatawan Nusantara terhadap Loyalitas Wisatawan Nusantara

Berdasarkan uji hipotesis, menunjukkan kepuasan wisatawan (Y1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Y2). Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistik $3,325 > 1,96$, nilai p-values $0,001 < 0,05$, dan nilai koefisien jalur sebesar 0,246. Hasil ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Eny Sulistyowati dan Sobirin Maliyan (2015) yang mengemukakan bahwa semakin baik dan tinggi kepuasan wisatawan maka semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Frekuensi persepsi responden terhadap variabel loyalitas mendapat total skor 299 dengan rata-rata 3,0 yang berarti wisatawan nusantara menyatakan “setuju” kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan yang berkunjung. Namun, dari enam pernyataan yang terdapat di variabel loyalitas, ada salah satu pernyataan yang memiliki nilai terendah yakni pernyataan Y2.4 “berkunjung bersama teman dan keluarga ke Pantai Pandawa” dengan rata-rata 2,95 yang berarti loyalitas wisatawan yang berkunjung masih kurang jika dilihat dari keinginan berkunjung bersama keluarga atau teman. Hal ini juga didukung oleh data yang diperoleh dari BUMDA Kutuh terkait dengan jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Pantai Pandawa dalam 5 tahun terakhir terjadi fluktuasi, apabila semakin baik dan tinggi tingkat kepuasan wisatawan maka semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Pengaruh *Attraction*, *Amenities*, *Accessibility*, dan *Ancillary* terhadap Loyalitas Wisatawan Nusantara

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *attraction* (X1) berpengaruh secara langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Y2). Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistik $4,999 > 1,96$, nilai p-values $0,000 < 0,05$, dan nilai koefisien jalur sebesar 0,289. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sita Sari Ningsih (2020) yang mengemukakan

bahwa semakin baik *attraction* maka semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *amenities* (X2) berpengaruh secara langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Y2). Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistik $3,221 > 1,96$, nilai p-values $0,001 < 0,05$, dan nilai koefisien jalur sebesar 0,241. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Indri Hastuti Listyawati (2019) yang mengemukakan bahwa semakin baik *amenities* maka semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *accessibility* (X3) berpengaruh secara langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Y2). Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistik $4,584 > 1,96$, nilai p-values $0,000 < 0,05$, dan nilai koefisien jalur sebesar 0,281. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Juansyah, Sri Rahayu, dan Tobari (2022) yang mengemukakan bahwa semakin baik *accessibility* maka semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *ancillary* (X4) berpengaruh secara langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Y2). Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistik $3,355 > 1,96$, nilai p-values $0,001 < 0,05$, dan nilai koefisien jalur sebesar 0,180. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Bustan dan Aldo Rahmadi (2021) yang mengemukakan bahwa semakin baik *ancillary* maka semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *attraction* (X1) berpengaruh secara tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Y2) melalui kepuasan wisatawan (Y1) sebagai mediasi. Hasil ini dapat dilihat dari nilai t-statistik $2,193 > 1,96$, nilai p-values $0,028$, dan nilai koefisien jalur sebesar 0,062. Hasil ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Sita Sari Ningsih (2020) yang mengemukakan bahwa semakin baik *attraction* maka semakin meningkatkan kepuasan wisatawan yang selanjutnya semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *amenities* (X2) berpengaruh secara tidak langsung positif dan

signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Y2) melalui kepuasan wisatawan (Y1) sebagai mediasi. Hasil ini dapat dilihat dari nilai t-statistik $2,249 > 1,96$, nilai p-values $0,025 < 0,05$, dan nilai koefisien jalur sebesar $0,078$. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Miftahul Rahma (2019) yang mengemukakan bahwa semakin baik *amenities* maka semakin meningkatkan kepuasan wisatawan yang selanjutnya semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *accessibility* (X3) berpengaruh secara tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Y2) melalui kepuasan wisatawan (Y1) sebagai mediasi. Hasil ini dapat dilihat dari nilai t-statistik $2,390 > 1,96$, nilai p-values $0,017 < 0,05$, dan nilai koefisien jalur sebesar $0,057$. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Juansyah, Sri Rahayu, dan Tobari (2022) yang mengemukakan bahwa semakin baik *accessibility* maka semakin meningkatkan kepuasan wisatawan yang selanjutnya semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *ancillary* (X4) berpengaruh secara tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Y2) melalui kepuasan wisatawan (Y1) sebagai mediasi. Hasil ini dapat dilihat dari nilai t-statistik $2,293 > 1,96$, nilai p-values $0,022 < 0,05$, dan nilai koefisien jalur sebesar $0,073$. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Nova Eviana dan Lenny Yusrini (2016) yang mengemukakan bahwa semakin baik *ancillary* maka semakin meningkatkan kepuasan wisatawan yang selanjutnya semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Frekuensi persepsi responden terhadap variabel *attraction* mendapat total skor 273 dengan rata-rata 2,7 yang berarti wisatawan nusantara menyatakan “setuju” bahwa *attraction* berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan sebagai mediasi. Namun, dari enam pernyataan yang terdapat pada variabel *attraction*, ada salah satu pernyataan yang memiliki nilai terendah yakni pernyataan X1.1 “Pantai Pandawa memiliki keindahan alam dengan hamparan pasir putih dan warna laut hijau kebiruan” dengan rata-rata 2,61 yang berarti

atraksi wisata terutama keindahan alam yang ada di Pantai Pandawa kurang menarik bagi wisatawan. Hal ini didukung dari hasil observasi lapangan yang menunjukkan atraksi wisata yang ada di Pantai Pandawa sudah monoton, lalu berdasarkan ulasan dari wisatawan nusantara juga menunjukkan bahwa atraksi wisata yang ada di Pantai Pandawa kurang menarik jika dibandingkan kompetitor lainnya. Apabila semakin baik *attraction* yang ada di Pantai Pandawa maka semakin meningkatkan kepuasan wisatawan yang selanjutnya semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Frekuensi persepsi responden terhadap variabel *amenities* memiliki total skor 276 dengan rata-rata 2,8 yang berarti wisatawan nusantara menyatakan “setuju” bahwa *amenities* berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan sebagai mediasi. Namun, dari enam pernyataan yang terdapat pada variabel *amenities*, ada salah satu pernyataan yang memiliki nilai terendah yakni pernyataan X2.6 “Pantai Pandawa menyediakan toilet dan tempat sampah di sekitarnya” dengan rata-rata 2,69 yang berarti fasilitas toilet yang ada di Pantai Pandawa jumlahnya masih terbatas sehingga sering menyebabkan antrean saat wisatawan datang dalam jumlah sangat banyak. Hal ini juga didukung dari hasil observasi lapangan yang menunjukkan bahwa fasilitas toilet yang ada di Pantai Pandawa jumlahnya masih terbatas, lalu berdasarkan ulasan dari wisatawan nusantara juga menunjukkan keluhan terhadap fasilitas toilet yang masih kurang dan jumlahnya terbatas. Apabila semakin baik *amenities* yang ada di Pantai Pandawa maka semakin meningkatkan kepuasan wisatawan yang selanjutnya semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Frekuensi persepsi responden terhadap variabel *accessibility* mendapat total skor 297 dengan rata-rata 3,0 yang berarti wisatawan nusantara menyatakan “setuju” bahwa *accessibility* berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan sebagai mediasi. Namun, dari enam pernyataan yang ada pada variabel *accessibility*, ada salah satu pernyataan yang memiliki nilai terendah yakni pernyataan X3.6 “Pantai Pandawa memiliki akses jalan yang lancar” dengan rata-rata 2,92 yang berarti aksesibilitas masih kurang lancar saat menuju lokasi Pantai Pandawa. Hal ini didukung oleh hasil observasi

lapangan yang menunjukkan bahwa sering terjadi kemacetan di jalur utama saat menuju lokasi Pantai Pandawa, lalu berdasarkan ulasan dari wisatawan menunjukkan adanya keluhan terkait dengan aksesibilitas yang ada di Pantai Pandawa. Apabila semakin baik *accessibility* maka semakin meningkatkan kepuasan wisatawan yang selanjutnya semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Frekuensi persepsi responden terhadap variabel *ancillary* mendapat total skor 302 dengan rata-rata 3,0 yang berarti wisatawan nusantara menyatakan “setuju” bahwa *ancillary* berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan sebagai mediasi. Namun, dari enam pernyataan pada variabel *ancillary*, ada salah satu pernyataan yang memiliki nilai terendah yakni pernyataan X4.1 “Pantai Pandawa menyediakan jaringan sinyal dan jaringan telekomunikasi yang memadai” dengan rata-rata 2,87 yang berarti pelayanan tambahan yakni pembangunan fisik masih kurang di Pantai Pandawa.

Hal ini didukung oleh hasil observasi lapangan yang menemukan bahwa saat responden ingin memberikan jawaban terhadap kuesioner secara *online* terjadi masalah sinyal yang menyebabkan terhambatnya proses pengisian kuesioner oleh responden, lalu berdasarkan ulasan dari wisatawan nusantara menyatakan keluhan terkait kurangnya pengembangan yang dilakukan oleh Pantai Pandawa. Apabila semakin baik *ancillary* maka semakin meningkatkan kepuasan wisatawan yang selanjutnya semakin meningkat pula loyalitas wisatawan yang berkunjung.

SIMPULAN DAN SARAN

Attraction, Amenities, Accessibility, dan Ancillary secara positif dan signifikan memengaruhi kepuasan wisatawan Nusantara di Pantai Pandawa. Kepuasan wisatawan Nusantara memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan di Pantai Pandawa. Attraction, Amenities, Accessibility, dan Ancillary secara langsung positif dan signifikan memengaruhi loyalitas wisatawan Nusantara. Attraction, Amenities, Accessibility, dan Ancillary juga memiliki pengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas, melalui kepuasan wisatawan Nusantara sebagai mediasi.

Saran

Pengelola Pantai Pandawa perlu meningkatkan kreativitas dalam mengembangkan atraksi wisata tanpa mengorbankan alam. Fokus juga pada peningkatan fasilitas seperti ruang ibadah dan toilet, serta pengembangan kemudahan akses, dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan nusantara. Pelayanan tambahan di pantai juga perlu dikelola lebih baik untuk memberikan pengalaman yang lebih memuaskan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mempertimbangkan variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan di Pantai Pandawa.

Kepustakaan

- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary* Terhadap Kepuasan Generasi Millennial Berkunjung ke Tempat Wisata. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(1), 53–59.
- Hidayah, Nurdin. 2023. Atraksi Wisata dan Daya Tarik Wisata. (Online). (<https://pemasaranpariwisata.com/2023/01/02/atraksi-wisata-dan-daya-tarik-wisata/>, diakses 12 Juli 2023).
- Huda, F., Dewi, N. G. A. S., & Sagita, Putu Agus Wikanatha. (2022). Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Ke Pantai Melasti, Badung Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IPTA*, 10(1), 76-82.
- Madafuri, Bintang. (2018). Pengaruh *Attraction, Amenities, dan Accessibilities* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Pada Pantai Pulau Merah di Kabupaten Banyuwangi. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember*, 1-114.
- Muksin, I Ketut. 2016. Daya Tarik Wisata. (Online).(https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/, diakses 12 Juli 2023).
- Ningsih, S. S. (2021). Pengaruh Amenitas, Atraksi wisata dan Aksesibilitas terhadap loyalitas pengunjung wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan kepuasan sebagai variabel Intervening. In *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains* (Vol. 2, Issue 02). 1-86.
- Nasa. 2021. Pengertian Objek Wisata, Daya Tarik Wisata, Wisata Alam, dan Destinasi Menurut Para Ahli. (Online). (<https://www.diadona.id/travel/pengertian-objek-wisata-daya-tarik-wisata-wisata-alam-dan-definisi-menurut-para-ahli-210712q.html>, diakses 12 Juli 2023).
- Ratih. 2023. Kepuasan Konsumen: Pengertian, Teori, Faktor, dan Indikator. (Online). (<https://tambahpinter.com/kepuasan-konsumen-revisi/>, diakses 12 Juli 2023).
- Salma. 2023. Teknik Pengambilan Sampel: 11 Macam dan Contoh Lengkapnya. (Online). (<https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengambilan-sampel/>, diakses 11 Juli 2023).
- Sendra, I Made., Sudiarta, I Nyoman., Kristianto, Yohanes., Karini, Ni Made Oka., & Supadmi, Ni Luh. (2019). Pengantar Pariwisata Internasional. Denpasar : Cakra Media Utama.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : ALFABETA.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I Gst Ngr. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar : Pustaka Larasan.
- Widayati, Wulan. 2014. Penataan Produk. Surakarta: PUTRA NUGRAHA.
- Zuhriah, I. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Patalo, R. G. (2022). Dampak *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. *Jurnal Tesla:Perhotelan-Destinasi Wisata - Perjalanan Wisata*, 2(1), 1–11.