

PENGARUH ATRIBUT PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN NUSANTARA KE PANTAI MELASTI, BADUNG PADA MASA PANDEMI *COVID-19*

Farhanul Huda¹, NGAS. Dewi², Putu Agus Wikanatha Sagita³

Email: farhanulhuda99@gmail.com¹, susrami_ipw@unud.ac.id², wika.fpar@gmail.com²
^{1,2,3}Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstarct: This study focuses on the influence of tourism product attributes on the satisfaction of domestic tourists visiting Melasti Beach Tourist Attractions during the Covid-19 Pandemic. Attractions, facilities and accessibility are important attributes in tourism areas to shape and increase or maintain tourist satisfaction for the long term and sustainable. The purpose of this study is to determine the effect of Tourism Product Attributes (Attraction, Amenity, Accessibilities) on the satisfaction of domestic tourists who visit Melasti Beach Tourist Attractions during the Covid-19 Pandemic. This study uses a non-probability sampling technique with purposive sampling. The sampling technique in this research is online by google form. Samples in this study were 100 samples, which were determined based on the slovin formula with the number of domestic tourists visiting Melasti Beach. The analysis technique is quantitative descriptive analysis. The results of the study based on t test showed that partially the attraction and facility variables had a significant influence on the satisfaction of domestic tourists visiting Melasti Beach in Badung Regency during the Covid-19 Pandemic. Meanwhile, the accessibility variable does not have a significant effect on the satisfaction of domestic tourists visiting Melasti Beach in Badung Regency during the Covid-19 Pandemic. Based on the results of the F test, it shows that simultaneously the attributes of tourism products have a positive and significant effect on the satisfaction of domestic tourists who visit the Melasti Beach Tourist Attraction in Badung Regency during the Covid 19 Pandemic by 31% obtained from the results of the determination analysis.

Abstrak: Penelitian ini berfokus pada pengaruh atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di masa Pandemi *Covid-19*. Atraksi, fasilitas dan aksesibilitas merupakan atribut penting di kawasan pariwisata untuk membentuk maupun mempertahankan kepuasan wisatawan untuk jangka panjang serta berkelanjutan. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh Atribut Produk Wisata (*Attraction, Amenity, Accessibilities*) terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di masa Pandemi *Covid-19*. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel secara *online* dengan *googleform*. Jumlah sampel sebanyak 100 sampel, yang ditentukan berdasarkan rumus *slovin* dengan jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Melasti. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial atraksi dan fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara Variabel aksesibilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Melasti di Kabupaten Badung pada masa Pandemi *Covid-19*. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan atribut produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di Kabupaten Badung pada masa Pandemi *Covid 19* sebesar 31% diperoleh dari hasil analisis determinasi.

Keywords: tourism product attributes, tourist satisfaction, and tourist attraction.

PENDAHULUAN

Pariwisata secara Etimologi berasal dari dua kata yaitu “pari” yang berarti berkeliling, sedangkan wisata yang berarti “pergi”. Pengertian Pariwisata secara umum adalah suatu perjalanan yang dilakukan seseorang

untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah ditempat yang dikunjunginya, tetapi

semata-mata untuk menikmati kegiatan rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Pariwisata di Indonesia di tahun 2017 juga tercatat sebagai pertumbuhan tertinggi peringkat ke-9 di dunia berdasarkan The World Travel & Tourism Council (WTTC). Salah satu provinsi di Indonesia yang mendunia dan sangat terkenal akan pariwisatanya adalah provinsi Bali.

Bali juga dikenal oleh wisatawan akan keindahan alam dan budayanya. Keindahan alam yang menjadi salah satu daya tarik utama bagi wisatawan yaitu pantai-pantai yang berada di Bali. Dari sekian banyak pantai di Bali yang sering dikunjungi oleh wisatawan nusantara, salah satunya yaitu Pantai Melasti. Pantai Melasti berada di Kecamatan Ungasan, Kabupaten Badung Provinsi Bali. Pantai Melasti juga merupakan salah satu Pantai terfavorit yang ada di Kabupaten Badung, hal ini dibuktikan dengan penghargaan *Traveller's Choice 2020* dari *TripAdvisor* yang diperoleh oleh Pantai Melasti. Hal tersebut merupakan prestasi bagi Pantai Melasti sebagai pilihan wisatawan untuk dikunjungi meskipun pada saat ini dunia sedang dilanda wabah pandemi *covid-19*.

Berdasarkan data, jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Melasti berfluktuasi. Data jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang didapat dari Pengelola Usaha Kawasan Pantai Melasti hanya terhitung sejak bulan Agustus tahun 2018 dikarenakan tiket masuk bagi wisatawan yang berkunjung baru berlaku sejak bulan agustus 2018. Dapat kita lihat jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Melasti pada bulan agustus hingga desember 2018 yaitu sebanyak 174.353 wisatawan. Pada tahun 2019 kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke Pantai Melasti yaitu sebanyak 506.372 wisatawan. Namun, pada tahun 2020 jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Pantai Melasti turun menjadi 275.608 wisatawan akibat pandemi *covid-19*. Pandemi *covid-19* yang terjadi pada tahun 2020 hingga saat ini mengakibatkan terhambatnya aktifitas pariwisata di dunia termasuk turunnya jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Melasti. Meskipun dari jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke Pantai Melasti berkurang pada tahun 2020, namun hingga saat ini Pantai Melasti tetap menarik dan banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara.

Pantai Melasti sangat populer di kalangan wisatawan karena keindahan alam yang disajikan oleh Pantai Melasti. Tidak hanya keindahan alamnya, Pantai Melasti juga menyajikan atraksi budaya yang sangat populer yaitu Upacara Melasti. Banyak atraksi wisata yang terdapat di daya tarik wisata Pantai Melasti yaitu seperti Tebing Pantai Melasti, Pasir Putih, Gapura, Panorama Sunset, Taman Pantai Melasti dan Upacara Melasti. Banyak juga faktor lainnya yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Melasti yaitu dari segi aksesibilitas seperti akses jalan, petunjuk jalan, akses transportasi, jarak tempuh dari bandara dan lahan parkir. Dari segi fasilitas seperti akomodasi, toilet, Protokol Kesehatan CHSE (ruang penanganan khusus Kesehatan), pos lifeguard, wifi gratis dari biznet, tempat sampah, restoran, pos tourist information dan juga terdapat Palmilla Beach Club.

Pantai Melasti banyak dikunjungi wisatawan nusantara. Dengan banyaknya kunjungan wisatawan nusantara di Pantai Melasti, ada beberapa wisatawan yang memberikan keluhan tentang kepuasannya selama berkunjung ke Pantai Melasti dan wisatawan memberikan berbagai komentar mulai dari komentar positif sampai komentar negatif.

Berdasarkan ulasan yang dikemukakan oleh beberapa wisatawan yang berkunjung ke Pantai Melasti, terdapat beberapa komentar negatif dengan rating bintang satu. Menurut ulasan yang dikemukakan oleh salah satu wisatawan yang bernama Irene pada *review google* Pantai Melasti: "Seharusnya sangat indah, namun sekarang dirusak oleh penduduk setempat yang menjualya ke *BeachClub* seperti *Disneyland*". Ulasan lainnya juga dikemukakan oleh salah satu wisatawan yang bernama Bang Kadek pada *review google* Pantai Melasti: "Gak Recommend. Ada petugas yang kurang bersahabat".

Beberapa wisatawan yang kecewa terhadap keindahan alam pantai melasti yang di rusak oleh *Beach Club*, keramahtamahan petugas dan pelayanan di Pantai Melasti. Karena masih banyaknya review negatif terkait Pantai Melasti maka, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut terkait pengaruh atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Melasti di Kabupaten Badung pada masa Pandemi *Covid-19* baik secara parsial maupun simultan.

Dengan mengetahui pengaruh atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan nusantara berkunjung di Pantai Melasti di Kabupaten Badung pada masa Pandemi *Covid-19*, maka manfaat sebaliknya pihak dari Pengelola Usaha Pantai Melasti akan dapat menilai yang dapat memenuhi dan memuaskan wisatawan nusantara berkunjung ke Pantai Melasti di kabupaten badung pada masa Pandemi *Covid-19*.

METODE

Penelitian ini berlokasi di Daya Tarik wisata Pantai Melasti, Kabupaten Badung. Alasan dipilihnya lokasi tersebut karena Pantai Melasti memiliki atribut produk wisata yang mempunyai ciri khas tersendiri atau tidak semua pantai memilikinya dan Pantai Melasti mendapatkan penghargaan *Travellers Choice* dari *TripAdvisor* pada tahun 2020.

Adapun variabel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teori Atribut Produk Wisata dari Oka Yoetti (2008:03) yang terdiri dari tiga bagian yaitu *Attraction*, *Amenity*, dan *Accessibility*.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini diantaranya: observasi, studi pustaka, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner dengan bantuan *google form* terhadap 100 responden menggunakan *purposive sampling* dengan menetapkan ciri-ciri khusus yaitu Warga Negara Indonesia (WNI) yang mengunjungi Pantai Melasti pada masa *pandemic covid-19* dan tidak berdomisili di Bali. Adapun keterangan nilai skor yang terdapat pada kuesioner sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) : diberi skor 4
Setuju (S) : diberi skor 3
Tidak Setuju (TS) : diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi skor 1

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kuantitatif. Dengan bantuan skala likert untuk melakukan perhitungan menggunakan beberapa tahapan analisis yaitu: uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, analisis deskriptif kuantitatif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji t, uji F, uji koefisien determinasi) dengan menggunakan bantuan aplikasi *SPSS* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan nusantara berkunjung ke daya tarik wisata

Pantai Melasti di Kabupaten Badung Pada Masa Pandemi *Covid-19*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Melasti merupakan salah satu pantai di Kabupaten Badung yang memiliki pasir putih yang indah. Pantai Melasti terletak di Jalan Melasti, Banjar Kelod, Desa Ungasan, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. Nama Melasti sendiri diberikan pada tempat ini berawal dari aktivitas masyarakat lokal beragama Hindu yang mengadakan Upacara Melasti di pantai tersebut. Upacara Melasti adalah kegiatan ritual yang berfungsi sebagai makna mensucikan kembali alam *Bhur*, *Bwah*, dan *Swah* atau diartikan juga sebagai upacara penyucian diri dengan berendam atau mandi di pantai sebelum menyambut tapa brata penyucian.

Atribut Produk Wisata di Pantai Melasti

1. *Attraction* (Atraksi)

Berikut merupakan atraksi wisata yang ada di Daya Tarik Wisata Pantai Melasti:

- Natural attraction*: Pasir Putih Pantai Melasti, Panorama Sunset Pantai Melasti, dan Pemandangan alam Pantai Melasti
- Built attractions*: Upacara Melasti, Tebing-tebing Pantai Melasti, Gapura Pantai Melasti, dan Taman Pantai Melasti.

2. *Amenity* (Fasilitas)

Berikut merupakan fasilitas yang ada di Daya Tarik Wisata Pantai Melasti yaitu sebagai berikut:

- Restoran, rumah makan, dan bentuk tempat makan lainnya di area Pantai Melasti
- Pallmilla Beach Club sebagai pusat hiburan dan sarana rekreasi
- Penginapan atau akomodasi di sekitar Pantai Melasti
- Toilet dan tempat ganti Pakaian di Pantai Melasti
- Penerapan Program CHSE di Daya Tarik Wisata Pantai Melasti, yaitu berupa banner 5M, protocol Kesehatan, pengecekan suhu tubuh, dan wajib menggunakan masker.
- Ruang Khusus Penanganan Kesehehatan Pantai Melasti yang berfungsi memberi penanganan apabila terjadi masalah

Kesehatan pada wisatawan yang berkunjung.

g. Pos Lifeguard yang menjaga kenyamanan dan keamanan wisatawan selama beraktivitas di Pantai Melasti

h. Balai bengong yang berfungsi untuk wisatawan beristirahat, bersantai dan meletakkan barang bawaan.

i. Layanan wifi gratis dari Biznet yang bisa diakses di area Pantai Melasti.

j. Tourist Information yang memberikan informasi kepada wisatawan yang membutuhkan informasi mengenai Pantai Melasti.

3. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Berikut merupakan aksesibilitas yang ada di Pantai Melasti diantaranya:

a. Infrastruktur, bandara, pelabuhan laut, dan jalan tol menuju Pantai Melasti.

b. Akses jalan menuju Pantai Melasti

c. Moda transportasi menuju Pantai Melasti

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini wisatawan nusantara yang pernah mengunjungi Daya Tarik Wisata Pantai Melasti pada masa Pandemi *Covid-19* didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 56% dengan rentang usia 21-30 tahun sebesar 93% dengan daerah asal DKI Jakarta sebesar 38% dengan status pernikahan belum menikah sebesar 88% dengan Pendidikan terakhir Sarjana sebesar 49% dengan jenis pekerjaan mahasiswa/pelajar sebesar 70% dengan rentang pendapatan Rp.1.000.100-Rp.3.000.000 sebesar 49% dengan frekuensi kunjungan 1-2 kali sebesar 56% dengan sumber informasi dari rekomendasi teman atau keluarga sebesar 53% dengan aktivitas wisata bersantai menikmati pemandangan sebesar 47% dan dengan waktu lama berkunjung 1-2 jam sebesar 68%.

Hasil Analisis Deskriptif

1. Variabel Atribut Produk Wisata

Analisis skor rata-rata dari keseluruhan item pernyataan yang terdapat pada sub variabel *attraction* adalah sebagai berikut:

Nilai rata-rata pernyataan 1: 3,72

Nilai rata-rata pernyataan 2: 3,60

Nilai rata-rata pernyataan 3: 3,42

Nilai rata-rata pernyataan 4: 3,90

Nilai rata-rata pernyataan 5: 3,51

Nilai rata-rata pernyataan 6: 3,20

Analisis skor rata-rata dari keseluruhan item pernyataan yang terdapat pada sub variabel *amenity* adalah sebagai berikut:

Nilai rata-rata pernyataan 1: 3,01

Nilai rata-rata pernyataan 2: 3,06

Nilai rata-rata pernyataan 3: 3,22

Nilai rata-rata pernyataan 4: 3,46

Nilai rata-rata pernyataan 5: 3,51

Nilai rata-rata pernyataan 6: 3,55

Nilai rata-rata pernyataan 7: 3,28

Nilai rata-rata pernyataan 8: 2,84

Nilai rata-rata pernyataan 9: 2,85

Nilai rata-rata pernyataan 10: 2,39

Nilai rata-rata pernyataan 11: 2,90

Analisis skor rata-rata dari keseluruhan item pernyataan yang terdapat pada sub variabel *accessibility* adalah sebagai berikut:

Nilai rata-rata pernyataan 1: 3,84

Nilai rata-rata pernyataan 2: 2,75

Nilai rata-rata pernyataan 3: 3,15

Nilai rata-rata pernyataan 4: 2,56

2. Variabel Kepuasan

Analisis skor rata-rata dari keseluruhan item pernyataan yang terdapat pada variabel kepuasan adalah sebagai berikut:

Nilai rata-rata pernyataan 1: 3,79

Nilai rata-rata pernyataan 2: 3,37

Nilai rata-rata pernyataan 3: 3,30

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa semua instrumen yang terdiri dari 3 variabel independent yaitu variabel atraksi wisata (*attraction*), variabel fasilitas (*amenity*), dan variabel aksesibilitas (*accessibility*). Serta 1 variabel dependent yaitu kepuasan dengan total 24 indikator pernyataan yang telah diuji adalah valid, karena semua indikator melebihi standar minimal dari koefisien korelasi R-tabel yaitu 0,1966.

Berdasarkan hasil pengukuran reliabilitas menyatakan bahwa instrumen dari tiga variabel independent dan satu dependent yang digunakan dalam penelitian ini bernilai reliabel, karena alphahitung (Cronbach's Alpha) sebesar 0.830 lebih besar dari alpha tabel yaitu 0,600.

Uji Pengaruh Secara Parsial (Uji t)

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai sig untuk pengaruh X1 dan X2 terhadap Y kurang

dari 0,05 dan nilai t hitung lebih dari t tabel maka dapat disimpulkan bahwa atraksi (X1) dan fasilitas (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

Sementara, hasil uji t menunjukkan bahwa nilai sig untuk pengaruh X3 terhadap Y lebih dari 0,05 dan nilai t hitung kurang dari t tabel maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh fasilitas (X3) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y). Meskipun aksesibilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan, namun secara simultan aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang dapat dilihat pada uji F.

Uji Pengaruh Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan pengujian hipotesis keempat (H4) dengan hasil tabel uji F diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh atraksi (X1), fasilitas (X2), dan aksesibilitas (X3) secara simultan terhadap kepuasan wisatawan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $14,388 > F$ tabel 2,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4a diterima dan H4o ditolak yang berarti terdapat pengaruh X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap Y.

Analisis Koefisien Determinasi

Melalui hasil analisis diketahui bahwa sebesar 31% kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di masa Pandemi *Covid 19*, dipengaruhi oleh atribut produk wisata, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti lebih lanjut dalam penelitian ini.

Pengaruh Atribut Produk Wisata (Atraksi, Fasilitas dan Aksesibilitas) Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara

1. Atraksi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di Masa Pandemi *Covid 19*, pengujian hipotesis (korelasi X terhadap Y), Atraksi Wisata berpengaruh terhadap kepuasan pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di Masa Pandemi *Covid 19*. Adapun nilai uji signifikan (uji t) dari variabel atraksi (*attraction*) terhadap kepuasan wisatawan (Y), hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y

adalah sebesar $0,017 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,440 > t$ tabel 1,984. Sehingga atraksi (*attraction*) berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di Masa Pandemi *Covid 19*.

Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis atraksi terhadap kepuasan wisatawan dapat di jawab bahwa atraksi wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di masa Pandemi *Covid 19*. Jika semakin baik atraksi wisata yang ada di Pantai Melasti maka semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di Masa Pandemi *Covid 19*.

2. Fasilitas

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di Masa Pandemi *Covid 19*, pengujian hipotesis (korelasi X terhadap Y), Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di Masa Pandemi *Covid 19*. Adapun nilai uji signifikan (uji t) dari variabel fasilitas (X2) terhadap kepuasan wisatawan (Y), hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0,008 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,706 > t$ tabel 1,984. Sehingga fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di Masa Pandemi *Covid 19*.

Berdasarkan hal tersebut hipotesis fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dapat di jawab bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Melasti di Masa Pandemi *Covid 19*.

3. Aksesibilitas

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di Masa Pandemi *Covid 19*, pengujian hipotesis (korelasi X terhadap Y), aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap

kepuasan pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di Masa Pandemi *Covid 19*. Adapun nilai uji signifikan (uji t) dari variabel aksesibilitas (X3) terhadap kepuasan wisatawan (Y), hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0,408 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,832 < t$ tabel 1,984. Sehingga aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di Masa Pandemi *Covid 19*.

Berdasarkan hasil uji dan saran dari responden maka hipotesis aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan dapat dijawab bahwa aksesibilitas berpengaruh negatif terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Melasti dimasa Pandemi *Covid19*.

Secara keseluruhan atau simultan, atribut produk wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti. Berdasarkan hasil uji t, dapat diketahui bahwa aksesibilitas (*accessibility*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di masa Pandemi *Covid19*. Namun secara simultan, berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di masa Pandemi *Covid19*.

Hasil analisis determinasi pada penelitian ini atau besarnya nilai pengaruh yang diberikan oleh atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke daya tarik wisata Pantai Melasti di masa Pandemi *Covid 19* sebesar 31%.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil data dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif atraksi (*attraction*) terhadap kepuasan wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di masa Pandemi *Covid19*. Terdapat pengaruh positif fasilitas (*amenity*) terhadap kepuasan wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di masa Pandemi *Covid19*. Terdapat pengaruh negatif

aksesibilitas (*accessibility*) terhadap kepuasan wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di masa Pandemi *Covid19*. Terdapat pengaruh positif atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di masa Pandemi *Covid 19*. Adapun besarnya pengaruh atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti di masa Pandemi *Covid 19* sebesar 31% diperoleh dari hasil analisis determinasi.

Saran

Berdasarkan hasil data dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat diperoleh saran sebagai berikut.

1. Untuk pihak pengelola dan pemerintah agar Meningkatkan fasilitas penunjang terutama kelancaran sinyal berbagai provider dan berkerjasama dengan pihak transportasi umum untuk mempermudah wisatawan yang tidak mempunyai kendaraan untuk mengakses Daya Tarik Wisata Pantai Melasti seperti wisatawan backpacker.
2. Untuk Wisatawan yang berkunjung Menjaga fasilitas yang telah disediakan di Pantai Melasti, membuang sampah pada tempatnya dan tetap mematuhi *protocol* kesehatan selama berwisata di Pantai Melasti pada masa pandemi *Covid-19*.

Saran ini sesuai dengan hasil penelitian yaitu terdapat pada variable fasilitas pernyataan kesepuluh yaitu Kemudahan mendapatkan sinyal internet yang baik di Pantai Melasti yang mendapatkan skor rata-rata sebesar 2,39 yang berarti tidak setuju. Hal ini juga sesuai dengan hasil observasi peneliti yaitu sinyal bagus di Pantai Melasti hanya dibeberapa provider dan tempat tempat tertentu saja. Saran tersebut juga dikutip dari saran beberap responden seperti penyediaan transportasi umum untuk memudahkan wisatawan backpacker dan budget minim untuk mengakses Pantai Melasti.

Kepustakaan

- Arikunto, Suharsimi, 1998, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Diarta S, S. M. (2020). PENGARUH ATRIBUT DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DAYA TARIK WISATA PERTANIAN SUBAK DI KOTA DENPASAR BALI. *Media Konservasi*, 113-123.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghose S, J. M. (2018). Measuring tourist satisfaction with destination attributes. *Journal of Management and Financial Sciences*, 9-22.
- Hadi, Sutrisno. 1989. *Metodologi Research Jilid I & II*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Hunziker dan Kraft. 2018. *25 Pengertian Pariwisata Menurut Pendapat Para Ahli Terlengkap*. Diambil kembali dari Pelajaran: <http://www.pelajaran.co.id/2017/04/pengertian-pariwisata-menurutpendapat-para-ahli-terlengkap.html>
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Rai Utama, I.G Bagus dan Mahadewi, E. Ni Made. (2012). *Metodologi penelitian Pariwisata & Perhotelan*. Yogyakarta : CV Andi OFFSET.
- Rahayu, A. (2010). Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Trikonomika*, 124-130.
- Rimington, M. K. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination. *Journal Of Travel Research*, 260-269.
- Rindani. (2016). *KEPUASAN WISATAWAN TENTANG DAYA TARIK WISATA PANTAI AIR MANIS PADANG*. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Sugiarti T, F. A. (2021). TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP SAPTA PESONA WISATA AIR. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 245-256.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaf dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Yaqub, Rana Muhammad Shahid., Fairol Halim & Arfan Shehzad., 2019. *Effect of Service Quality, Price Fairness, Justice with Service Recovery and Relational Bonds on Customer Loyalty: Mediating Role of Customer Satisfaction*. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, Vol. 13 (1), 62-94.
- Yoeti, O. A., 1996. *Pengantar Ilmu Kepariwisata*. Bandung: Angkasa.