



## TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP PANTAI TANJUNG SIAMBANG PULAU DOMPAK KOTA TANJUNGPINANG

### LEVEL OF TOURIST SATISFACTION WITH TANJUNG SIAMBANG BEACH, DOMPAK ISLAND, TANJUNGPINANG CITY

**Haidawati Haidawati\*, Khairunnisa Khairunnisa, Budiyanto Budiyanto**

Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Senggarang, Kec. Tj. Pinang Kota, Kota Tanjung Pinang, Kepulauan Riau, Indonesia

\*Korespondensi: haidawati@umrah.ac.id (Haidawati)

Diterima 25 Desember 2022 – Disetujui 22 Maret 2023

**ABSTRAK.** Pulau Dompok Kota Tanjungpinang memiliki objek wisata pantai yang cukup potensial. Keindahan pantai yang menjadi daya tarik wisatawan. Terdapat beberapa wisata pantai di Pulau Dompok salah satunya adalah Pantai Tanjung Siambang. Melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Tanjungpinang, para pemangku kepentingan industri pariwisata dan Kota Tanjungpinang telah bekerja untuk mengelola objek wisata, meningkatkan kunjungan wisatawan dan mengembangkan atraksi di Pantai Tanjung Siambang. Kepuasan wisatawan sangat mempengaruhi peningkatan kunjungan ke suatu objek wisata. Penelitian bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap objek wisata Pantai Tanjung Siambang dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Analisis data penelitian menggunakan *Customer Satisfaction Index Analysis* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan cukup puas terhadap objek wisata Pantai Tanjung Siambang dengan nilai CSI 57,53% dan rata-rata tingkat kesesuaian yang diperoleh sebesar 57,94% yang menunjukkan gambaran secara keseluruhan bahwa kinerja Pantai Tanjung Siambang belum dapat memenuhi harapan pengunjung dikarenakan nilai Tingkat Kesesuaian masih berada dibawah 100% dan belum maksimal.

**KATA KUNCI:** Kepuasan wisatawan; Pantai Tanjung Siambang, Pulau Dompok.

**ABSTRACT.** Dompok Island, Tanjungpinang City has a potential beach tourism object. The beauty of the beach is the main attraction for tourists. There are several beach tours on Dompok Island, one of which is Tanjung Siambang Beach. Through the Tourism and Culture Office of Tanjungpinang City, tourism industry stakeholders and Tanjungpinang City have worked to manage tourist objects, increase tourist visits and develop attractions at Tanjung Siambang Beach. Tourist satisfaction greatly influences the increase in visits to a tourist attraction. The research aims to determine the level of tourist satisfaction with the Tanjung Siambang Beach tourist attraction using a quantitative descriptive method. Analysis of research data using *Customer Satisfaction Index Analysis* (CSI) and *Importance Performance Analysis* (IPA). The results showed that tourists were quite satisfied with the Tanjung Siambang Beach tourist attraction with a CSI value of 57.53% and an average conformity level obtained of 57.94% which shows an overall picture that the performance of Tanjung Siambang Beach has not been able to meet visitor expectations because the value Conformity level is still below 100% and not optimal.

**KEYWORDS:** Tourist satisfaction; Tanjung Siambang Beach; Dompok Island.

#### 1. Pendahuluan

Wisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari keunikan pariwisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha atau pemerintah. Sedangkan daya Tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran dan tujuan kunjungan wisatawan (Widagdyo, 2017).

Kepulauan Riau merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki berbagai rangkaian keindahan pulau di dalamnya dan biota laut yang amat terjaga. Selain memiliki letak geografis yang strategis antara berbagai negara asing seperti Vietnam, Kamboja, Brunei Darussalam, Malaysia dan Singapura, Kepulauan Riau juga menjadi wilayah destinasi pariwisata ke 3 setelah Bali dan Jakarta. Namun dalam bidang maritim Kepulauan Riau menduduki peringkat pertama destinasi pariwisata bahari di Indonesia dan dicadangkan menjadi Gerbang Wisata Bahari Indonesia untuk kancan Internasional (Akhirman, 2019).

Kota Tanjungpinang juga memiliki potensi wisata bahari. Salah satu wisata yang cukup dikenal oleh masyarakat adalah wisata pantai Tanjung Siambang. Melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Tanjungpinang dan para pemangku kepentingan industri pariwisata Kota Tanjungpinang telah bekerja sama untuk mengelola objek wisata, meningkatkan kunjungan wisatawan dan mengembangkan atraksi di Pantai Tanjung Siambang. Upaya tersebut dilakukan dengan melengkapi fasilitas seperti toilet, tempat parkir, warung makan, dan toko cendera mata. Dalam beberapa tahun terakhir, kunjungan wisatawan ke Pantai Tanjung Siambang mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19. Penurunan wisatawan di Tanjung Siambang juga diduga karena keberadaan pantai lain seperti Pantai Nabila dan Pantai Setumu. Banyaknya wisata pantai membuat wisatawan memiliki banyak pilihan objek wisata dan bisa menilai setiap produk wisata yang ditawarkan kepada wisatawan yang dapat menjadi indikator tingkat kepuasan terhadap objek wisata tersebut. Menurut Nisa *et al.*, (2014) keberhasilan suatu daya tarik wisata tergantung pada komponen atau produk wisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata memiliki berbagai motif, yaitu merasakan hal yang berbeda, melakukan hal yang baru, dan menciptakan suasana hati yang tenang dan *relaxing* (Witarsana *et al.*, 2017).

Kepuasan wisatawan sangat mempengaruhi kunjungan ke objek wisata dan bahkan mendorong orang lain untuk berkunjung kembali. Namun jika wisatawan kurang puas maka akan meninggalkan kesan yang kurang baik dan dalam jangka panjang dapat mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung serta dapat merugikan objek wisata itu sendiri. Oleh karena itu penting dilakukan penelitian tentang kepuasan wisatawan terhadap objek wisata Pantai Tanjung Siambang Pulau Dompok Kota Tanjungpinang.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1. Metode Pengambilan Data

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambaran atau gambaran yang objektif tentang suatu keadaan dengan menggunakan angka-angka, dimulai dengan pengumpulan data, menafsirkan data dan penyajian serta hasil (Arikunto, 2006). Populasi dan sampel pada penelitian adalah wisatawan yang berkunjung ke pantai Tanjung Siambang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu metode pengambilan sampel dengan mengambil responden yang ditemukan secara langsung berkunjung ke pantai Tanjung Siambang. Responden ditentukan sebanyak 35 orang wisatawan. Jumlah wisatawan yang berkunjung tidak pasti setiap harinya sehingga peneliti menentukan jumlah sampel yang dianggap bisa mewakili populasi. Menurut Cohen *et al.*, (2007) semakin besar sampel dari besarnya populasi yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel. Sebagaimana dikemukakan oleh Baley *dalam* Mahmud (2011) yang menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30. Usia minimal responden adalah 17 tahun. Menurut Hurlock (2006) 17 tahun adalah usia mayoritas dan dianggap dewasa secara hukum.

2.2. Analisis Data Penelitian

2.2.1 Customer Satisfaction Index Analysis (CSI)

Analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui kepuasan pengunjung adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). *Customer Satisfaction Index* adalah metode pengukuran dalam mengetahui tingkat kepuasan pengunjung suatu perusahaan/pengelola secara keseluruhan dengan pendekatan yang mempertimbangkan penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan pada atribut-atribut yang diteliti. *Importance Performance Analysis* adalah metode analisis yang digunakan untuk mengetahui peringkat dari atribut-atribut layanan dan mengidentifikasi atribut apa saja yang dapat ditingkatkan, diperbaiki dan dipertahankan (Pratama & Helma 2019). Kriteria tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh diketahui pada tabel berikut.

Tabel 1. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI).

No	Nilai Index	Keterangan
1	81%-100%	Sangat Puas
2	66%-80,99%	Puas
3	51%-65,99%	Cukup Puas
4	35%-50,99%	Kurang Puas
5	0%-34,99%	Tidak Puas

Sumber: Data Pratama & Helma (2019)

Kepuasan wisatawan selanjutnya dihitung dengan menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghitung *weighting factor* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan total WF sebesar 100%
2. Menghitung *weight score* (WS), yaitu menilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kepuasan masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut
3. Menghitung *weight total* (WT), yaitu menjumlahkan WS dari semua atribut.
4. Menghitung *Satisfaction Index*, yaitu *Weighted Total* dibagi skala maksimal yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimum yang digunakan adalah 5) kemudian dikali 100%.

Tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan dilihat dari kriteria tingkat kepuasan menggunakan persamaan pada rumus sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p MIS}{HS} \times 100\% \tag{1}$$

Keterangan:

$\sum_{i=1}^p MIS$ = Total rata-rata skor kepentingan dari-i ke-p

HS= HS (*higest scale*) merupakan skala maksimum yang digunakan

2.3. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali dikenalkan oleh (Martilla & James, 1977). Metode yang bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi pelanggan dengan pelayanan atau mengutamakan peningkatan kualitas produk ini dapat disebut dengan analisis kuadran *Brant* dan *Latu Everett* (Tjiptono, 2014). Rumus yang digunakan untuk menentukan tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut (Supranto, 2006):

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja pengelola

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Sumbu horizontal (X) akan diisi dengan skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu vertikal (Y) akan diisi dengan skor kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat diketahui dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{x}_i}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{y}_i}{k} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

X = Skor rata-rata tingkat kinerja

Y = Skor rata-rata tingkat Kepentingan

Xi = Skor penilaian kinerja

Yi = Skor penilaian kepentingan

K = Jumlah Atribut/pernyataan

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Kepuasan Wisatawan

Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja yang dirasakan produk dalam hubungannya dengan harapan. Pendapat ini menjelaskan mengenai kepuasan yaitu hasil evaluasi seseorang terhadap kinerja produk dalam hubungan dengan harapannya. Kepuasan seseorang terhadap sebuah layanan lebih didasarkan pada perbandingan antara kinerja layanan dan harapan. Tinggi rendahnya kinerja dan tinggi rendahnya harapan menentukan seberapa tinggi kepuasan yang dirasakan seseorang (Kolter & Keller, 2012). Menurut Suryadana & Octavia (2015) menjelaskan bahwa jika kinerja wisata lebih rendah dari harapan wisatawan maka wisatawan akan merasa tidak puas, jika kinerja tempat wisatawan sesuai dengan harapan wisatawan maka wisatawan merasakan puas, dan jika kinerja tempat wisatawan melebihi harapan wisatawan maka wisatawan akan merasa sangat puas.

Tabel 1. Perhitungan Tingkat Kepuasan Menggunakan CSI

No	Atribut	MISi	MSSi	Wfi (%)	Wsi
Q1	Terdapat atraksi wisata pantai yang menarik seperti perahu jong,	3,00	1,00	5,03	0,05
Q2	Terdapat atraksi wisata budaya yang menarik seperti pertandingan gasing	3,00	1,00	5,03	0,05
Q3	Terdapat atraksi wisata sosial seperti pertandingan festival gurindam dan festival kuliner melayu	3,00	1,00	5,03	0,05
Q4	Penyajian atraksi wisata yang ditawarkan memiliki daya tarik bagi wisatawan	3,00	1,00	5,03	0,05
Q5	Adanya rumah makan, di pantai tersebut	2,94	1,94	4,93	0,10
Q6	Terdapat tempat ibadah yang nyaman	2,97	1,97	4,98	0,10
Q7	Fasilitas toilet yang disediakan layak pakai.	2,94	1,89	4,93	0,09
Q8	Tersedia tempat sampah yang cukup	3,00	1,71	5,03	0,09
Q9	Terdapat pondok-pondok yang nyaman bagi wisatawan	2,97	2,03	4,98	0,10
Q10	Kondisi jalan yang baik dan tidak sempit untuk dilalui	3,00	2,09	5,03	0,10

No	Atribut	MISi	MSSi	Wfi (%)	Wsi
Q11	Tersedianya tempat parkir motor dan mobil	3,00	2,06	5,03	0,10
Q12	Tersedianya papan petunjuk jalan menuju ke lokasi tersebut	3,00	2,03	5,03	0,10
Q13	Terdapat kendaraan umum menuju pantai Tanjung Siambang	2,97	2,00	4,98	0,10
Q14	Terdapat pelabuhan untuk transportasi menuju pantai Tanjung Siambang	3,00	1,11	5,03	0,06
Q15	sikap ramah tamah dari pemilik usaha wisata di pantai Tanjung Siambang	2,97	1,06	4,98	0,05
Q16	sikap ramah tamah dari pekerja tempat wisata di pantai Tanjung Siambang	3,00	2,14	5,03	0,11
Q17	sikap ramah tamah dari pekerja tempat wisata di pantai Tanjung Siambang	3,00	2,17	5,03	0,11
Q18	Sikap ramah tamah dari penduduk lokal di pantai Tanjung Siambang	3,00	2,17	5,03	0,11
Q19	Sikap ramah terhadap sesama wisatawan di Pantai Tanjung Siambang	2,94	2,11	4,93	0,10
Q20	Pelayanan yang baik dari pengelola tempat wisata	2,94	2,06	4,93	0,10
<b>Total</b>		<b>60</b>	<b>34.54</b>		
	<b>Weighted Total</b>				<b>1,73</b>
	<b>Satisfaction Index</b>				<b>57,53%</b>

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kepuasan pada **Tabel 1** diperoleh nilai sebesar 57,53%. Menurut Pratama & Helma (2019), berdasarkan nilai CSI tersebut, bahwa nilai indeks kepuasan terletak pada rentang 51%-65,99% menunjukkan bahwasanya pengunjung wisatawan merasa cukup puas dengan kinerja pengelola Pantai Tanjung Siambang. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Maryono *et al.*, (2016) hasil perhitungan CSI sebesar 58% masuk ke dalam kriteria "cukup puas". Artinya, pelayanan, fasilitas atau sarana serta akses transportasi yang ditawarkan kepada wisatawan cukup memberikan kepuasan kepada pengunjung.

### 3.2. Uji Reliabilitas

Menurut Kuntarto & Murnisari (2016), Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat kehandalan atau kemampuan kuesioner yang disebar, agar memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0,6. Pada penelitian ini nilai *cronbach's alpha* dipelajari dengan menggunakan software SPSS. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada **Tabel 2** sebagai berikut.

**Tabel 2. Uji Reliabilitas.**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Tingkat kinerja	0,875	Reliabel
Tingkat kepentingan	0,852.	Reliabel

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan **Tabel 2** di atas menunjukkan bahwa kedua kuesioner yaitu tingkat kinerja dan tingkat kepuasan memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari pada 0,60, dapat menyimpulkan bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut dapat diandalkan atau reliabel. Pada penelitian terdapat dua variabel yaitu tingkat kinerja atau pelayanan dari tempat wisata dan tingkat kepentingan atau harapan wisatawan terhadap tempat wisata tersebut.

### 3.3. Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja (*performance*) dengan skor kepentingan (*importance*) yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan kinerja setiap atribut (Tangkere & Sondak, 2017). Tingkat kesesuaian kepentingan wisatawan terhadap kinerja wisata pantai tanjung siambang dapat dilihat pada **Tabel 3**.

**Tabel 3. Tingkat Kesesuaian Kepentingan dan Kinerja.**

No	Atribut	Tingkat Kinerja (%)	Tingkat Kepentingan (%)	Tingkat Kesesuaian (%)
Q1	Terdapat atraksi wisata pantai yang menarik seperti perahu jong,	1,00	3,00	33,33
Q2	Terdapat atraksi wisata budaya yang menarik seperti pertandingan gasing	1,00	3,00	33,33
Q3	Terdapat atraksi wisata sosial seperti pertandingan festival gurindam dan festival kuliner melayu	1,00	3,00	33,33
Q4	Penyajian atraksi wisata yang ditawarkan memiliki daya tarik bagi wisatawan	1,00	3,00	33,33
Q5	Adanya rumah makan, di pantai tersebut	1,94	2,94	66,02
Q6	Terdapat tempat ibadah yang nyaman	1,97	2,97	66,35
Q7	Fasilitas toilet yang disediakan layak pakai.	1,89	2,94	64,08
Q8	Tersedia tempat sampah yang cukup	1,71	3,00	57,14
Q9	Terdapat pondok-pondok yang nyaman bagi wisatawan	2,03	2,97	68,27
Q10	Kondisi jalan yang baik dan tidak sempit untuk dilalui	2,09	3,00	69,52
Q11	Tersedianya tempat parkir motor dan mobil	2,06	3,00	68,57
Q12	Tersedianya papan petunjuk jalan menuju ke lokasi tersebut	2,03	3,00	67,62
Q13	Terdapat kendaraan umum menuju pantai Tanjung Siambang	2,00	2,97	67,31
Q14	Terdapat pelabuhan untuk transportasi menuju pantai Tanjung Siambang	1,11	3,00	37,14
Q15	sikap ramah tamah dari pemilik usaha wisata di pantai Tanjung Siambang	1,06	2,97	35,58
Q16	sikap ramah tamah dari pekerja tempat wisata di pantai Tanjung Siambang	2,14	3,00	71,43
Q17	Adanya sikap ramah tamah dari pekerja tempat wisata di pantai Tanjung Siambang	2,17	3,00	72,38
Q18	Sikap ramah tamah dari penduduk lokal di pantai Tanjung Siambang	2,17	3,00	72,38
Q19	Sikap ramah terhadap sesama wisatawan di Pantai Tanjung Siambang	2,11	2,94	71,84
Q20	Pelayanan yang baik dari pengelola tempat wisata	2,06	2,94	69,90

No	Atribut	Tingkat Kinerja (%)	Tingkat Kepentingan (%)	Tingkat Kesesuaian (%)
	<b>Total</b>	<b>34,54</b>	<b>59,66</b>	<b>1159%</b>
	<b>Rata-rata</b>	<b>1,73</b>	<b>2,98</b>	<b>57,94%</b>

Sumber: Data Primer (2022)

Setelah dilakukan perhitungan, rata-rata tingkat kesesuaian yang diperoleh 57,94%. Saat mengambil keputusan, nilai rata-rata tingkat kesesuaian akan dibandingkan dengan nilai tingkat kesesuaian masing-masing atribut, jika nilai tingkat kesesuaian atribut lebih kecil dari rata-rata tingkat kesesuaian maka atribut tersebut perlu adanya perbaikan dan bila tingkat kesesuaian atribut lebih besar dari rata-rata tingkat kesesuaian maka atribut harus dipertahankan (Fanggidae & Bere, 2020). Hal ini dapat menunjukkan gambaran secara keseluruhan bahwa kinerja Pantai Tanjung Siambang belum dapat memenuhi harapan pengunjung dikarenakan nilai Tingkat Kesesuaian masih berada di bawah 100% dan belum maksimal (Pratama & Helma, 2019).

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa wisatawan cukup puas terhadap objek wisata Pantai Tanjung Siambang dengan nilai CSI 57,53% dan rata-rata tingkat kesesuaian yang diperoleh sebesar 57,94% yang menunjukkan gambaran secara keseluruhan bahwa kinerja Pantai Tanjung siambang belum dapat memenuhi harapan pengunjung dikarenakan nilai tingkat kesesuaian masih berada dibawah 100% dan belum maksimal.

#### Daftar Pustaka

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 120Hlm.
- Akhirman, A. (2019). Analisis Pengelolaan Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kepri Tahun 2015 – 2016. *Bahtera Inovasi*, 3(1), 93–102. <https://doi.org/10.31629/bi.v3i1.1649>
- Cohen, Fredy, C., & Lee, K. (2007). *Research methods in education*. New York. Routledge. ISBN 9780415374101
- Fanggidae, R., & Bere, M. (2020). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4. <https://doi.org/10.12962/j26151847.v4i1.6833>
- Hurlock, E. B. (2006). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Edisi kelima. Alih bahasa Istiwidayanti dan Soedjarwo. Jakarta: Erlangga. 115Hlm.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Jakarta : Erlangga. 230Hlm
- Kuntarto, A., & Murnisari, R. (2017). Analisis Potensi Wisata Dan Kesadaran Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik (Studi Pada Pantai Pehpulo Di Desa Sumbersih, Kecamatan Panggunrejo, Kabupaten Blitar). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1(1), 36–49. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/316>
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79. <https://doi.org/10.1177/002224297704100112>
- Maryono, Effendi, H., & Krisanti, M. (2016). Analisis Kepuasan Wisatawan Untuk Manajemen Pantai di Wisata Pantai Tanjung Bira. *Jurnal Pariwisata*, III(2), 94–104.
- Nisa, K., Fauzi, H., & Abrani. (2014). Persepsi Wisatawan Dan Masyarakat Terhadap Wisata Alam Di Areal Hutan Pendidikan Unlam Mandiangin, Kalimantan Selatan. *Jurnal Hutan Tropis*, 2(2), 119–126. <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jht/article/view/1573>

- Pratama, I. P., & Helma, H. (2019). Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Pelayanan Wisata Pantai Tan Sirdano Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysis. *UNP Journal of Mathematics*, 2(4), 12–17. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mat/article/view/7917>
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya. 120Hlm.
- Suryadana, M Liga & Octavia, Vanny. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Alfabeta
- Tangkere, E. G., & Sondak, L. W. T. (2017). Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah Wisata Puncak Temboan Tomohon. *Sosial Ekonomi Unsrat*, 13(1), 35–46. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jisep/article/view/14914/14470>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta. 205 Hlm.
- Widagdyo, K. G. (2017). Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata, dan Minat Berkunjung Wisatawan. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 261–276. <https://doi.org/10.15408/ess.v7i2.5411>
- Witarsana, I. K., Leli Kusuma Dewi, L. G., & Susrami Dewi, N. G. A. (2017). Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Mancanegara Berwisata Alam Trekking Mountain Di Taman Wisata Alam Gunung Batur Bukit Payang. *Jurnal IPTA*, 5(1), 13. <https://doi.org/10.24843/ipta.2017.v05.i01.p03>