

PENGARUH DAYA TARIK OBJEK WISATA, AKOMODASI, DAN MOTIF WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI PULAU TIDUNG KEPULAUAN SERIBU JAKARTA

Oleh :

Ruhil Easoci¹, Dr. P. Silitonga, MBA², Nova Eviana, S.S., M.Pd.³

¹ Mahasiswa STIE Pariwisata Internasional Jakarta

² Dosen STIE Pariwisata Internasional Jakarta

³ Dosen Akademi Pariwisata Indonesia Jakarta

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influences of tourist attraction, accommodation and tourist motive toward tourists satisfaction in Tidung of Thousand Islands Jakarta. It also aims to determine the most dominant variabel contribute to tourist satisfaction. The data were collected by distributing questionnaires to 100 respondents in Tidung Island, using accidental sampling technique. The analysis used for this research is multiple linear regression. The result of the research shows that those variabels partially and simultaneously affect toward tourists satisfaction and also contribute 37.45% for it. Among variabels, tourist attraction also becomes the most dominant variabel to affect tourists satisfaction.

Keywords : *Tourist Attraction, Accomodation, Tourist Motive, Tourists satisfaction*

Latar Belakang Masalah

Kekayaan sumber daya alam dan budaya menjadikan Indonesia memiliki potensi besar di sektor pariwisata, sehingga menjadikan sektor menjadi andalan dalam memberikan kontribusi penerimaan devisa negara. Stange dan Brown menjelaskan bahwa pariwisata memiliki komponen yang saling terkait, antara lain: (1) atraksi, semua produk pariwisata selalu diawali dari adanya atraksi wisata; (2) aksesibilitas, kemudahan untuk menikmati atraksi; (3) aktifitas, atraksi akan menjadi pengalaman bernilai jika ada kegiatan yang dilakukan; (4) pelayanan, mencakup seluruh fungsi yang memungkinkan wisatawan melakukan aktifitas; (5) SDM yang berkualitas diperlukan dalam rangka memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan, seperti pemandu wisatawan, *chef*, staf *national park*, dan sebagainya; serta (6) promosi, sebaik apapun desain produk pariwisata, tidak akan diketahui publik jika tidak dipromosikan.

Kepulauan seribu merupakan daerah kepulauan yang terdekat dengan Ibukota Jakarta. Posisi yang strategis merupakan potensi yang dapat dimanfaatkan dengan baik,

antara lain investasi di bidang perikanan, tambang dan pengembangan daerah tujuan wisata. Wisatawan yang datang ke Kepulauan Seribu, juga turut memberi andil dalam pengembangan kawasan Kepulauan Seribu.

Disesuaikan dengan karakteristik wilayah, maka kebijakan pengembangan wilayah Kepulauan Seribu diarahkan terutama untuk meningkatkan kegiatan pariwisata, meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat nelayan melalui peningkatan budidaya laut, pemanfaatan sumber daya perikanan dengan konvervasi ekosistem terumbu karang dan mangrove. Sektor kelautan dan pariwisata menjadi *prime-mover* pembangunan masyarakat di wilayah Kepulauan Seribu.

Salah satu pulau yang memiliki kedudukan penting di wilayah Kepulauan Seribu adalah Pulau Tidung. Secara geografis, kedudukan Pulau Tidung cukup menguntungkan, karena letaknya yang tidak terlalu jauh dari Jakarta. Pulau tidung terdiri dari Pulau Tidung Besar dan Pulau Tidung Kecil. Pulau Tidung Besar yang berfungsi sebagai daerah pemukiman berada di sebelah Barat, dan letak Pulau Tidung Kecil berada di

bagian tengah gugus pulau pemukiman berfungsi untuk memudahkan koordinasi dengan pulau-pulau lainnya. Selain jarak yang tidak terlalu jauh dari Jakarta, ketersediaan akomodasi yang cukup memadai dan ikon “Jembatan Cinta” menjadikan Pulau Tidung berkembang menjadi daya tarik wisata yang telah dikenal oleh wisatawan, baik lokal maupun asing.

Wisatawan yang melakukan kunjungan ke suatu daya tarik wisata didorong oleh adanya motif wisata. Motivasi sendiri dipandang sebagai bagian dari sisi kebutuhan dan keinginan psikologis maupun biologis, yang mencakup bagian yang tidak dapat dipisahkan yang dapat mendorong dan menarik seseorang untuk berbuat atau melakukan aktifitas tertentu. Wisatawan melakukan perjalanan wisata ke suatu destinasi karena mereka yakin dari pengetahuan yang mereka miliki bahwa suatu destinasi diharapkan seperti apa yang mereka yakini (Utama, 2014).

Kepuasan erat kaitannya dengan persepsi yang didasarkan pada hasil perbandingan antara kinerja produk yang dihasilkan dengan kinerja yang diharapkan oleh wisatawan. Kinerja produk yang melebihi harapan akan memberikan kepuasan wisatawan. Pengukuran kepuasan pelanggan menjadi penting dalam rangka menjamin keberlangsungan kegiatan pengelolaan suatu daya tarik wisata, dikarenakan wisatawan yang puas merupakan kunci keberhasilan bisnis pengelolaan daya tarik wisata. Wisatawan yang puas berpotensi untuk melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan kepada teman atau keluarga. Oleh karenanya melalui pengukuran terhadap kepuasan pelanggan diharapkan kinerja produk akan memenuhi harapan wisatawan.

Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh daya tarik wisata, ketersediaan akomodasi, serta motif wisata secara parsial ataupun

simultan terhadap kepuasan wisatawan di Pulau Tidung Kepulauan Seribu Jakarta.

Destinasi wisata

Pulau Tidung merupakan salah satu dari sekian banyak destinasi wisata yang terletak di Kepulauan Seribu. Menurut Liga dan Vanny (2015), destinasi pariwisata adalah area atau kawasan geografis yang berbeda dalam suatu atau lebih wilayah administratif. Di suatu destinasi terdapat unsur: daya tarik wisata (atraksi), fasilitas pariwisata, aksesibilitas, masyarakat serta wisatawan yang saling terkait dan melengkapi untuk terwujudnya kegiatan pariwisata. Sebagai destinasi wisata, Pulau Tidung memenuhi 5 unsur penting (Spillane dalam Liga dan Vanny, 2015), antara lain:

1. *Attraction* (Daya tarik)

Attraction adalah hal-hal yang menarik perhatian wisatawan, *Attraction* dapat digolongkan menjadi *site attraction* (daya tarik fisik) dan *event attractions*. *Site Attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap, sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara. Pulau Tidung memiliki kondisi alamiah yang menarik, serta dilengkapi dengan beberapa keunikan lain, diantaranya adanya konservasi hutan mangrove.

2. *Facilities* (Fasilitas-fasilitas yang diperlukan)

Fasilitas mencakup seluruh hal yang diperlukan dalam rangka memberikan kemudahan dan kenyamanan selama wisatawan berada di daerah tujuan wisata, antara lain penginapan, toko souvenir, pemandu wisatawan, tempat makan, dan lain sebagainya. Menurut Liga dan Vanny (2015), fasilitas dan pelayanan wisata (amenitas) adalah komponen fasilitas pelayanan perjalanan wisata terdiri dari unsur fasilitas akomodasi, makan, minum, dan fasilitas penunjang lainnya yang bersifat spesifik dan disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung, seperti ketersediaan air yang cukup air, listrik, pengumpulan dan pembuangan air limbah, dan lain-lain.

3. *Infrastructure* (Infrastruktur)

Daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Pemenuhan atau penciptaan infrastruktur adalah suatu cara untuk menciptakan suasana yang cocok bagi perkembangan pariwisata.

4. *Transportation* (Transportasi)

Ketersediaan beragam moda transportasi juga memberikan prospek bagi perkembangan kepariwisataan, dikarenakan menjadi salah satu faktor pendorong kunjungan wisatawan.

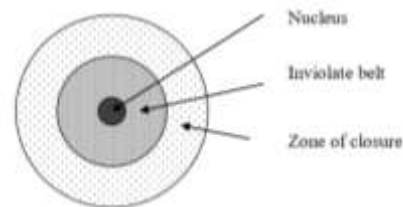
5. *Hospitality* (Keramahtamahan)

Keberhasilan suatu destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh mutu sumber daya manusia yang terlibat di dalamnya. Sikap yang baik, tanggap serta kerelaan menolong dari sumber daya manusia di bidang pariwisata, akan memberikan pengalaman yang mengesankan bagi wisatawan. Kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramahtamahan tenaga kerja wisata diperlukan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

Atraksi dipahami sebagai sumber daya permanen yang didesain, dikontrol dan dikelola sebagai tempat hiburan, rekreasi dan pendidikan bagi pengunjungnya. Oleh karenanya atraksi seringkali memegang peran penting dalam menentukan ketertarikan pengunjung terhadap keseluruhan wilayah, serta menjadi elemen penting untuk promosi dan penggerak utama pertumbuhan ekonomi suatu wilayah (Nowacki, 2013).

Gunn (1988) dalam Nowacki (2013) menggambarkan model atraksinya sebagai tiga lingkaran konsentris, bagian inti nukleus menunjukkan komponen terpenting dari daya tarik dan sumber utama untuk menarik wisatawan. Bagian ini menjadi hal terpenting karena akan tersimpan dalam memori setelah wisatawan kembali ke rumah (memberikan pengalaman). Termasuk dalam bagian ini adalah sumber daya alam atau budaya yang ada di lokasi atraksi. Komponen penting kedua adalah zona penyangga, yang mengamankan nukleus dan bertindak sebagai moderator

komponen pariwisata. Komponen ketiga dan terakhir dari struktur atraksi termasuk di dalamnya adalah layanan wisata, seperti makanan, penginapan, jasa pengangkutan, hiburan dan informasi.



Gambar 1. Struktur daya tarik wisata (Gunn, 1988)

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa 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 atau tujuan kunjungan wisatawan. Obyek dan daya tarik wisata (*attraction*) dipahami sebagai segala sesuatu yang memiliki daya tarik benda yang berbentuk fisik dan non fisik (Hamid, 1996). Atraksi destinasi merupakan elemen-elemen yang terkandung dalam destinasi dan lingkungan di dalamnya yang secara individual atau kombinasinya memegang peran penting dalam memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut (Pitana dan Diarta, 2009). Menurut Suwanto (1997) daya tarik wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Dalam kedudukannya yang sangat menentukan itu maka daya tarik wisata harus dirancang dan dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang. Umumnya daya tarik suatu daya tarik wisata berdasar pada:

1. Ketersediaan sumber daya, mencakup segala sesuatu yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, bersih, dan nyaman.
2. Adanya aksesibilitas yang baik untuk memudahkan wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata
3. Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka

4. Ketersediaan sarana/prasarana, yang mencakup seluruh penunjang untuk melayani wisatawan yang hadir
5. Adanya keindahan alam, seperti pantai, gunung, hutan, dan sebagainya

Akomodasi

Menurut Hamid (1996), akomodasi pada saat ini tidak hanya sekedar untuk tempat menginap atau tempat untuk menghindari kejenuhan sehari-hari, melainkan akomodasi sebagai bentuk industry yang dikelola secara komersil. Akomodasi yang tersedia di Pulau Tidung berbentuk rumah tinggal atau homestay. *Homestay* merupakan *Sub-commercial Accomodations* yaitu akomodasi yang dikelola hanya sebagai kegiatan tambahan (Subsidiary Business) dari fungsi utamanya, dengan tujuan untuk mencari keuntungan. *Homestay* merupakan rumah-rumah penduduk di wilayah desinasi wisata yang dipergunakan sebagai tempat penginapan wisatawan, yang umumnya tidak lebih dari 10 orang (Collin, 2006). Menurut Surat keputusan Menteri Perhubungan Republik Indonesia No. SK.241/H/70 Syarat-syarat kenyamanan sebuah hotel (akomodasi) adalah: (1) bentuk (2) susunan (3) tata ruangan (4) dekorasi (5) peralatan dan perlengkapan hotel dan akomodasi (6) sanitasi (7) hygiene (8) estetika (9) keamanan dan ketentraman. Sedangkan jenis-jenis akomodasi dapat mencakup hotel, losmen, *homestay*, pondok, *cottage*, inn dan lain-lain.

Menurut Putri (2016), terdapat 3 unsur dalam model pelayanan hotel (akomodasi) yang terdiri atas:

1. Produk (*Product*), adalah yang dihasilkan oleh bagian hotel, seperti kebersihan, kerapian, kelengkapan, kenyamanan dan keamanan kamar tamu.
2. Perilaku dan sikap (*Behavior*), adalah perilaku dan juga sikap dari pemberi pelayanan yang mempunyai tanggung jawab untuk mendistribusikan produk kepada para tamu.

3. Suasana lingkungan (*Environment*), lingkungan tempat bekerja.

Motif Wisata

Wisatawan melaksanakan perjalanan didorong oleh adanya motif wisata. Motif perjalanan/wisata merupakan hasrat pembawaan dalam bentuknya yang konkret, yang berupa keperluan, dorongan atau alasan tertentu (Soekadijo, 1997). Motif dipahami sebagai suatu perwujudan konkrit dari keinginan-keinginan yang harus dipenuhi. Menurut McIntosh dalam Utama (2014), pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan didorong oleh motivasi sebagai berikut:

1. Motif fisik (*physical motivation*) yaitu motivasi yang bersifat fisik untuk keperluan badaniah, seperti olahraga, kesehatan, kenyamanan, dan lain sebagainya.
2. Motif budaya (*cultural motivation*) yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi daerah lain
3. Motif social (*social/interpersonal motivation*) yaitu motivasi yang bersifat social seperti menemui mitra kerja, ziarah mengunjungi kerabat
4. Motif fantasi yaitu motif untuk lepas dari rutinitas keseharian untuk memperoleh kepuasan psikologis.

Kepuasan Wisatawan

Kotler menjelaskan bahwa jika kualitas produk dan layanan sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa puas. Jika kualitas melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas, sebaliknya jika kualitas kurang dari ekspektasi maka konsumen menjadi tidak puas. Oliver juga menjelaskan bahwa kepuasan konsumen diartikan sebagai penilaian atas kemampuan produk dan jasa dalam memenuhi harapan konsumen. (Nigel *et. al.*, 2007).

Fornell menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi kinerja produk dengan ekspektasi pra pembelian (Tjiptono, 2011). Kepuasan dalam

konteks teori *customer behavior* lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa terkait dengan pemenuhan terhadap harapannya. (Irawan, 2011). Menurut Yoeti (1999), untuk mencapai kepuasan wisatawan keinginannya bisa disamakan, harapan mereka antara lain adalah :

1. *Conformance to product or service requirement* maksudnya adalah pelanggan selalu berharap agar produk atau jasa yang dibelinya tidak mengecewakan.
2. *Competitive price* maksudnya adalah pelanggan akan memilih harga yang lebih rendah dengan kualitas yang sama.
3. *Quality and realibility* maksudnya adalah pelanggan mengharapkan pelayanan yang diberikan dapat dipercaya dengan kualitas yang tidak perlu disangsikan lagi.
4. *Delivery* penyampaian atau pengiriman barang dapat pula mempengaruhi kepuasan pelanggan.
5. *After sales service* bagi pelanggan pelayanan purna jual sangatlah penting.

Namun Menurut Tjiptono (2011), tidak ada satupun ukuran tunggal “terbaik” mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti mengenai obyek pengukuran :

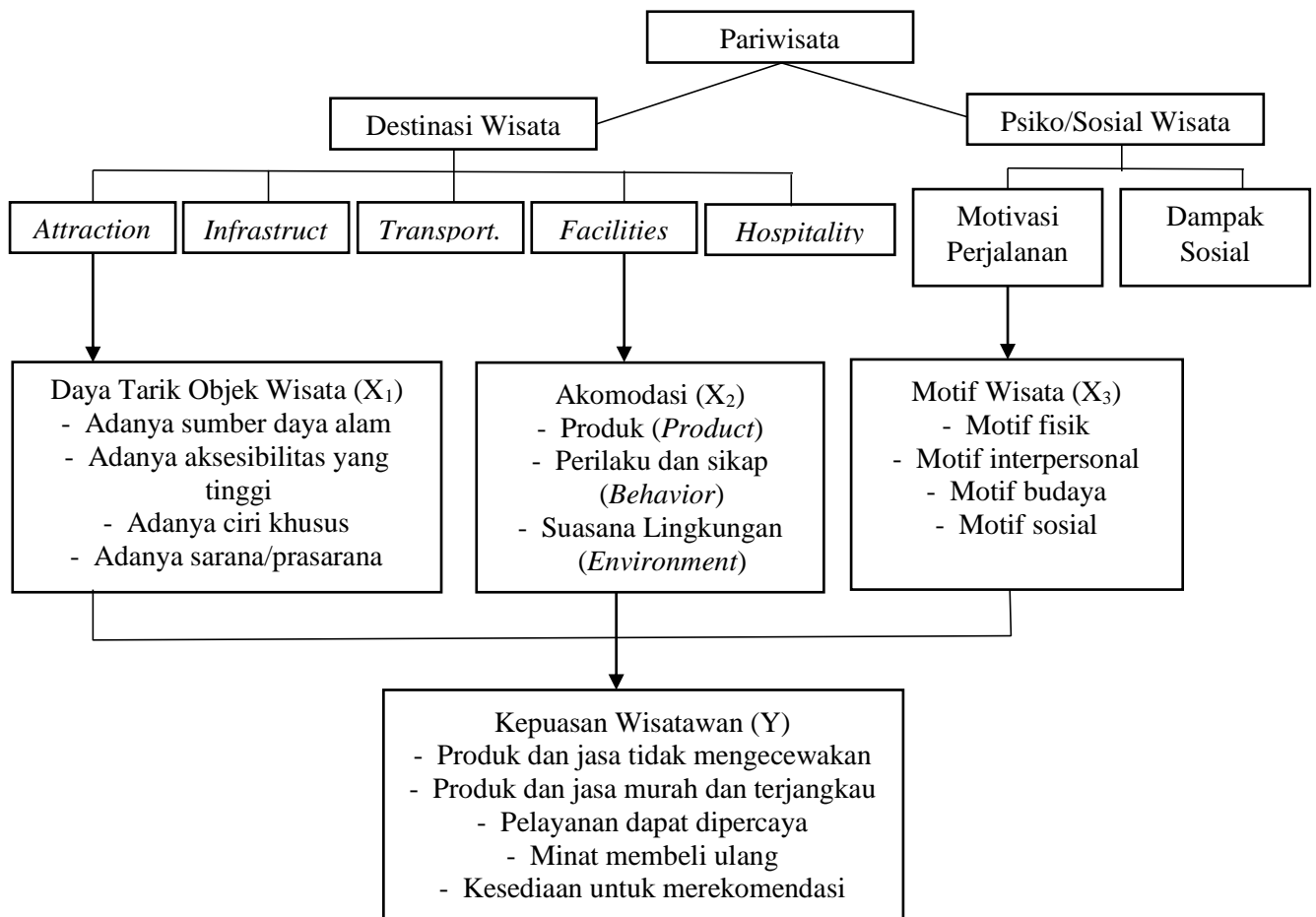
1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall customer statisfaction*), cara yang paling

sederhana untuk mengukur kepuasan dalam konsep ini adalah menanyakan langsung kepada customer.

2. Dimensi kepuasan pelanggan, berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan ke dalam komponen-komponennya.
3. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
4. Minat beli ulang (*repurchase intent*), Kepuasan pelanggan diukur secara *behavioral* dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
5. Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness To Recommend*), Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

Ketidakpuasan pelanggan (*Customer distactifaction*) beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi : komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, *product recall*,

Kerangka Berfikir



Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena obyektif yang ada dan dikaji secara kuantitatif menggunakan angka-angka dan olah data statistik (Hamdi dan Bahrudin, 2014).

Variabel Penelitian

Terdapat dua jenis variabel penelitian dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Variabel Independen/Variabel Bebas (X), yang meliputi (a) Daya tarik wisata (X₁); (b) Akomodasi (X₂); dan (c) Motif Wisata (X₃)
2. Variabel Dependen/Variabel Terikat (Y), yaitu Kepuasan Wisatawan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Pulau Tidung Kepulauan Seribu Jakarta. Waktu penelitian terhitung dari bulan Juli 2017.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan sudah pernah mengunjungi Pulau Tidung Kepulauan Seribu Jakarta dan tercatat dalam data kunjungan wisatawan ke Pulau Tidung pada bulan Juli tahun 2015 dan 2016, dengan total seluruhnya berjumlah 37.719 wisatawan. Sampel penelitian selanjutnya dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dengan margin error 10%. Penetapan jumlah penelitian dihitung sebagai berikut:

$$= \frac{37.719}{1 + 37.719(0.1)^2} = 99.74$$

Dalam penelitian ini digunakan 100 orang responden, yang merupakan wisatawan di Pulau Tidung.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian, metode yang digunakan yaitu (1) kuisioner yang dikembangkan berdasarkan indikator setiap variabel, dan dikembangkan dalam butir pernyataan positif. Sedangkan skala penilaian menggunakan skala likert, dengan 5 rentang nilai, yaitu SS (Sangat Setuju) dengan bobot 5, S (Setuju) berbobot 4, N (Netral) memiliki bobot 3, TS (Tidak Setuju) berbobot 2, serta STS (Sangat Tidak Setuju) memiliki bobot 1. Data tambahan yang diajukan dalam angket meliputi jenis kelamin, usia, dan pekerjaan; (2) studi pustaka melalui penelusuran ke sumber-sumber bacaan yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah draf instrument disusun, selanjutnya dilakukan uji validitas untuk mengukur ketepatan atau kecermatan butir dalam mengukur apa yang hendak diukur. Pengujian dilakukan dengan melibatkan 25 responden ($r_{tabel} = 0.396$), dan data hasil dianalisa dengan koefisien korelasi Pearson Product Moment menggunakan bantuan SPSS ver. 21.

$$r_{xy} = \frac{(n(\sum XY) - (\sum X \sum Y))}{\sqrt{[(n \sum X^2 - (\sum X)^2)][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

- r = Koefisien Korelasi *Pearson Product Moment*
- n = Jumlah Sampel
- X = Skor Pernyataan
- Y = Skor Total

Hasil uji validitas menghasilkan 27 butir pernyataan valid. Butir valid selanjutnya diuji reliabilitas untuk mengukur konsistensi instrument dalam melakukan fungsi pengukuran, dengan menentukan nilai alpha

cronbach. Nilai kriteria cut off adalah 0.6. Nilai Alpha Cronbach dihitung sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

dimana:

- r_{ii} = koefisien reliabilitas tes
- k = banyaknya butir
- $\sum Si^2$ = varians skor butir
- S_t^2 = varians skor total

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai α terendah sebesar 0,601 (motif wisata) dan tertinggi 0,872 (kepuasan wisatawan). Dengan demikian seluruh variabel dinilai reliable, sehingga instrumen kuisioner dinyatakan layak untuk digunakan dalam pengumpulan data.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan dengan uji Kolmogorov Smirnov, dengan taraf nyata 0.05. Hasil uji Kolmogorov Smirnov pada tabel di atas ditemukan nilai signifikansi adalah 0,288 > 0.05, dengan demikian data tersebut berdistribusi normal karena ditemukan nilai signifikansi > 0,05. Berdasarkan hasil analisis di atas diperoleh kesimpulan bahwa asumsi kenormalan data telah terpenuhi.

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

Pada model analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau *independent variabel*, maka perlu

dilakukan uji multikolinearitas dengan mendeteksi nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*, dan nilai *tolerance*. Hasil olah data menunjukkan bahwa seluruh variable memiliki nilai *tolerance* > 0.1 dan nilai VIF < 10. Ini membuktikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Pengujian linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang kita miliki sesuai dengan garis linear atau tidak (apakah hubungan antar variabel yang hendak dianalisis mengikuti garis lurus atau tidak). Pengujian pada SPSS 20 menggunakan *test for linierity* dengan taraf signifikansi 0,05. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai sig. seluruh variable < 0.05, yang membuktikan telah terpenuhinya unsur linearitas.

Deskripsi Variabel

Tabel 7. Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Daya Tarik Objek Wisata

No.	Pertanyaan	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Kebersihan Pulau Tidung terjaga	37	37	23	23	26	26	12	12	2	2
2	Ketersediaan air bersih memadai	38	38	37	37	20	20	5	5	0	0
3	Kondisi dermaga Pulau Tidung baik & memadai	44	44	27	27	24	24	5	5	0	0
4	Kapal pengangkut wisatawan Pulau Tidung dalam kondisi baik	44	44	27	27	24	24	5	5	0	0
5	Air Laut Pulau Tidung bersih	43	43	35	35	21	21	1	1	0	0
6	Listrik Pulau Tidung memadai	43	43	30	30	26	26	1	1	0	0

Sumber : Data primer diolah, 2017

Sebagai suatu daya tarik wisata, Pulau Tidung memiliki beberapa potensi sumberdaya bernilai ekonomi tinggi, antara untuk budidaya perikanan, potensi sumberdaya wisata bahari

seperti adanya terumbu karang bawah laut yang cantik dan watersport, adanya ikon wisata Pulau Tidung “Jembatan Cinta”.

Penilaian terhadap kebersihan Pulau Tidung direspon positif sebanyak 60%. Maksudnya responden menilai bahwa lingkungan dan alam Pulau Tidung termasuk kategori bersih dan responden merasa nyaman akan kebersihan di Pulau Tidung. Suwantoro (1997) menjelaskan bahwa kebersihan dan keindahan merupakan sumber daya yang harus ada di suatu obyek wisata dalam rangka memberikan rasa senang, dan nyaman bagi wisatawan. Selain faktor kebersihan, ketersediaan air bersih adalah salah satu hal penting yang harus ada di suatu daya tarik wisata. Ketersediaan air bersih dinilai baik dan memadai oleh 75% responden.

Pernyataan tentang kondisi dermaga Pulau Tidung baik dan memadai sebanyak 71% responden setuju karena dermaga yang termasuk kedalam infrastruktur di Pulau Tidung ini besar dan dilengkapi transportasi seperti becak motor (Bentor) yang memudahkan wisatawan yang turun dari kapal untuk bisa langsung ketempat yang dituju. Pemenuhan atau penciptaan infrastruktur menjadi salah satu point penting yang harus dipenuhi dalam rangka pengembangan pariwisata.

Kapal pengangkut wisatawan Pulau Tidung dalam kondisi baik sebanyak 71% responden setuju, karena saat ini Dinas Perhubungan (Dishub) sudah mengatur maksimal penumpang yang diperbolehkan menaiki kapal dan menjamin kelayakan kapal untuk penyebrangan wisatawan. Aksesibilitas merupakan faktor pendorong utama yang menjadi alasan bagi wisatawan berkunjung ke suatu daya tarik wisata. Untuk menuju ke Pulau Tidung telah tersedia 3 alternatif pilihan angkutan kapal, yaitu (1) kapal fery tradisional, berdaya tampung sekitar 200 orang yang berlokasi di Muara Angke, dengan lama perjalanan sekitar 2 jam 30 menit, (2) kapal *speedboat* yang bervariasi daya tampungnya

antara 15 sampai dengan 100 orang, berada di Marina Ancol Jakart, dengan durasi perjalanan 1 jam, (3) kapal perintis berkapasitas 114 penumpang dan 100 ton barang, namun apabila tak mengangkut barang, kapal mampu mengangkut 225 orang. Kapal melayani rute Sunda Kelapa-Kepulauan Seribu pulang pergi yang ditempuh dalam waktu 8 jam, yaitu 4 jam berangkat dan 4 jam pulang setiap hari. Dari Sunda Kelapa, kapal berangkat setiap hari Senin, Rabu dan Sabtu jam 08.00 WIB, sedangkan dari Kepulauan Seribu berangkat hari Selasa, Kamis dan Minggu pada sore hari.

Kondisi air laut Pulau Tidung masih bersih, tidak bersampah. Sebanyak 78% responden menyatakan setuju atas pernyataan ini. Hal ini menjadi salah satu daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke pulau ini.

Selain ketersediaan air bersih, fasilitas lain yang dinilai prasarana lain yang dinilai adalah ketersediaan listrik di Pulau Tidung. Sebanyak 73% responden memberikan penilaian positif, yang bermakna bahwa ketersediaan listrik telah memenuhi kebutuhan wisatawan. Sarana/prasarana yang baik menjadi faktor pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah wisata (Suwantoro, 1997).

Tabel 8. Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Akomodasi

No.	Pertanyaan	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)	
		F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %		
1	Tata ruang penginapan Pulau Tidung nyaman	2	2	35	35	49	49	11	11	3	3
2	Dekorasi penginapan Pulau Tidung nyaman	2	2	31	31	51	51	15	15	1	1
3	Kebersihan makanan dan minuman di Pulau Tidung terjaga	12	12	37	37	43	43	7	7	1	1
4	Peralatan dan perlengkapan penginapan di Pulau Tidung lengkap dan baik.	2	2	19	19	49	49	28	28	2	2

5	Sikap pemilik penginapan baik	11	11	24	24	54	54	9	9	2	2
6	Pemilik penginapan cepat tanggap akan kebutuhan saya	16	16	24	24	51	51	9	9	0	0
7	Kebersihan lingkungan penginapan Pulau Tidung terjaga	34	34	41	41	22	22	3	3	0	0
8	Keamanan sekitar penginapan Pulau Tidung baik dan terjaga	33	33	47	47	18	18	2	2	0	0

Sumber : data primer diolah, 2017.

Tata ruang penginapan direspon positif sebanyak 37%. Akomodasi yang disediakan di Pulau Tidung adalah rumah-rumah penduduk (homestay) yang sederhana. Secara umum tidak tersedia fasilitas tambahan bagi wisatawan yang menggunakan akomodasi. Selain itu dekorasi penginapan juga dinilai cukup nyaman sebanyak 33% responden. Dekorasi homestay cukup sederhana. Hal ini dikarenakan harga sewa akomodasi yang relative murah.

Homestay lebih sesuai dengan maksud berlibur, memberi kebebasan yang lebih besar dalam pengaturan acara, berpakaian, bergaul dan sebagainya, lebih dekat dengan alam, lebih banyak kontak dengan sesama wisatawan dan penduduk, dan lebih murah Soekadijo (1997). Oleh karenanya standar pelayanan, termasuk di dalamnya kebersihan makanan dan minuman belum menjadi fokus perhatian pemilik rumah. Hanya 49% responden yang menilai positif makanan dan minuman terjaga kebersihannya.

Homestay di Pulau Tidung hampir semua adalah rumah warga yang terfasilitasi hanya dengan kasur, televisi, dispenser, toilet dan AC dengan harga yang ditawarkan dengan cukup murah. Hal ini belum dirasakan mencukupi oleh wisatawan (79%). Hal ini membuktikan bahwa akomodasi saat ini tidak hanya sekedar untuk tempat menginap atau tempat untuk menghindarkan kejenuhan sehari-

hari, melainkan akomodasi sebagai bentuk industri yang harus dikelola secara komersil (Hamid, 1996).

Hanya 35% responden menyatakan bawa pemilik homestay bersikap baik, sedangkan 55% responden. Sebanyak 65% responden menyatakan bahwa Responden yang merupakan wisatawan Pulau Tidung tidak terlalu menganggap penting sikap yang dimiliki oleh pemilik homestay. Karena belum dikelola secara profesional, umumnya pemilik homestay belum melakukan sikap melayani kepada tamu. Sebanyak 60% responden menilai pemilik homestay kurang tanggap terhadap kebutuhan tamu, dan terbatas pada penyewaan kamar saja.

Keamanan sekitar penginapan Pulau Tidung dinilai baik dan terjaga keamanannya oleh 80% responden. Spillane (1994) dalam Liga dan Vanny (2015), Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan mereka datangi. Maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramah-tamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

Tabel 9. Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Motif Wisata

No. Pertanyaan	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1 Pulau Tidung tempat yang tepat untuk <i>refreshing</i>	9	9	37	37	48	48	5	5	1	1
2 Saya pergi ke Pulau Tidung karena keseharian penduduk unik & menarik	12	12	20	20	41	41	22	22	5	5
3 Bangunan yang ada di Pulau	14	14	32	32	50	50	4	4	0	0

Tidung unik & menarik											
4	Saya berkunjung ke Pulau Tidung untuk berkumpul dengan teman-teman	22	22	30	30	41	41	5	5	2	2
5	Saya berwisata ke Pulau Tidung saya terlihat kaya	14	14	26	26	50	50	8	8	2	2
6	Saya berwisata ke Pulau Tidung saya terlihat keren	15	15	33	33	40	40	12	12	0	0

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Salah satu motif seseorang melakukan perjalanan wisata adalah refreshing, untuk menghilangkan kejenuhan karena aktifitas kerja sehari-hari. Sebanyak 54% responden menilai bahwa Pulau Tidung kurang layak sebagai tempat yang tepat untuk *refreshing*. Salah satu penyebabnya adalah lingkungan pulaunya yang sudah ramai seperti halnya di kota. Selain itu, bagi masyarakat Jakarta tidak ada nilai kebaruan yang bisa dinikmati saat berada di Pulau Tidung. Hal ini sesuai dengan pendapat McIntosh menjelaskan wisatawan umumnya berkunjung ke daya tarik wisata didorong untuk refreshing, keluar dari rutinitas dan kejenuhan. Tujuan untuk refreshing ini menjadi salah satu motif wisata (Soekadijo, 1997).

Kunjungan wisatawan ke Pulau Tidung umumnya tidak didorong oleh motif budaya untuk mengenal kehidupan keseharian, adat dan kebiasaan masyarakat. Hal ini dikarenakan kehidupan dan keseharian penduduk Pulau Tidung sama halnya seperti kehidupan keseharian penduduk Jakarta pada umumnya. Selain itu sebagai bagian dari motif budaya, seringkali kunjungan wisatawan ke suatu daya tarik wisata karena didorong untuk melihat bentuk-bentuk bangunan sebagai bagian dari peninggalan suatu kebudayaan masyarakat. Bangunan rumah ataupun bangunan lainnya yang terdapat di Pulau Tidung sama seperti bangunan yang terdapat di kota-kota besar pada

umumnya tidak ada keunikan ataupun ciri khusus yang memotivasi wisatawan untuk berwisata di Pulau Tidung untuk melihat bangunannya.

Umumnya wisatawan berkunjung ke Pulau Tidung lebih banyak didorong oleh adanya motif interpersonal yaitu dalam rangka bertemu dan berkumpul dengan teman-teman atau saling berkelompok (52%). Selain itu, prestise juga tidak menjadi motif kunjungan wisatawan ke Pulau Tidung. Wisatawan lebih banyak didorong sekedar untuk menikmati atraksi wisata, antara lain menikmati olahraga air, melihat keunikan ikon wisata Pulau Tidung Dermaga Cinta.

Tabel 10. Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

No.	Pertanyaan	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)	
		F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %
1	Jasa penyebrangan (Kapal) dan penginapan tidak mengecewakan	12	12	35	35	39	39	11	11	3	3
2	Lokasi wisata di Pulau Tidung tidak mengecewakan	14	14	44	44	41	41	1	1	0	0
3	Jasa penyebrangan (Kapal) murah dan terjangkau	18	18	44	44	38	38	0	0	0	0
4	Jasa penginapan murah dan terjangkau	11	11	40	40	37	37	9	9	3	3
5	Pelayanan pada watersport sesuai dengan harga	5	5	37	37	52	52	6	6	0	0
6	Pelayanan pada penginapan dengan harga	1	1	23	23	49	49	22	22	5	5
7	Informasi yang diberikan guide sesuai	8	8	36	36	38	38	17	17	1	1
8	Saya ingin kembali ke Pulau Tidung	13	13	43	43	41	41	3	3	0	0
9	Saya ingin kembali menginap pada penginapan yang sama	6	6	46	46	40	40	6	6	2	2

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Berkaitan dengan jasa penyeberangan dan ketersediaan akomodasi, mayoritas responden atau sebanyak 53% menilai masih mengecewakan. Keberangkatan kapal, terutama dari Muara Angke, seringkali mengalami keterlambatan keberangkatan. Pemenuhan kepuasan wisatawan salah satunya adalah kesesuaian produk dan jasa sesuai dengan yang dijanjikan (*comformance to product or service requirement*). Namun demikian, harga jasa penyeberangan Rp. 40.000 dinilai murah dan terjangkau, dan sebanyak 62% responden memberikan respon positif. Jasa penginapan juga dinilai cukup murah dan terjangkau, berkisar antara Rp. 300.00–Rp.500.000. Ini sesuai dengan karakteristik pengunjung yang datang ke Pulau Tidung, yaitu pelajar dan mahasiswa.

Lokasi Pulau Tidung tidak terlalu jauh dari Jakarta dan keadaan alamnya yang indah membuat wisatawan puas akan berwisata ke Pulau Tidung. Waktu tempuh yang cukup singkat dinilai positif oleh responden sebanyak 58% responden. Pelayanan yang baik umumnya disesuaikan dengan harga yang harus dibayar. Pulau Tidung menyediakan beberapa atraksi wisata yang dapat dinikmati oleh pengunjung, salah satunya watersport activity, antara lain permainan becak air, *snorkeling*, permainan *banana boat*. *Snorkling* dilakukan di sekitar kawasan Pulau Tidung langsung atau menggunakan kapal ke pulau-pulau terdekat seperti Pulau Payung, Pulau air dan Pulau karang beras. Kegiatan *watersport* ini selalu diminati oleh banyak wisatawan, karena wisatawan tidak perlu pandai berenang untuk dapat mengikuti kegiatan *snorkeling* tersebut karena peralatan *snorkeling* telah disediakan seperti pelampung. Di Pulau Tidung tersedia juga *banana boat* yang memiliki daya tampung 4-6 orang tergantung dari jenis besar kecilnya *banana boat* tersebut. Lokasi *banana boat* sendiri terdapat di ujung timur Pulau Tidung, yang menjadi ikon wisata Pulau Tidung dan juga jembatan penghubung antara dua pulau, Pulau Tidung kecil dan pulau Tidung besar.

Selain itu juga tersedia *canoe* adalah semacam perahu kayu berkapasitas 2 orang, dan wisatawan akan mendayung antara 2 pulau yang terdekat. Letak permainan ini berada di lokasi jembatan cinta. Pelayanan permainan watersport sesuai dengan harga, sebanyak 52% responden memilih netral. Maknanya jika dimungkinkan wisatawan akan memilih harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama (*competitive price*).

Pelayanan pada penginapan sesuai dengan harga sebanyak 76% responden memilih tidak setuju. Dari hasil observasi peneliti responden tidak setuju akan pelayanan serta fasilitas yang diberikan penginapan di Pulau Tidung karena banyak penginapan tidak menyediakan air mineral untuk minum, dan sikap pemilik penginapan tidak cepat tanggap. Selain itu, informasi yang diberikan guide sesuai sebanyak 44% memilih setuju karena guide di Pulau Tidung adalah orang asli atau penduduk asli Pulau Tidung. Menurut Yoeti, (1999) *Quality and realibity* maksudnya adalah pelanggan mengharapkan pelayanan yang diberikan dapat dipercaya dengan kualitas yang tidak perlu disangsikan lagi.

Keindahan alam, fasilitas dan keramahamahaman penduduk Pulau Tidung menjadi alasan bagi wisatawan untuk berkunjung kembali. Fakta ini menunjukkan bahwa wisatawan merasa puas akan keindahan alam, fasilitas dan keramahaman penduduk lokal. Meskipun masih terkelola secara sederhana, penginapan di Pulau Tidung sejauh ini masing menjadi satu-satunya pilihan akomodasi yang tersedia. Hal ini didukung juga pada penilaian harga sewa akomodasi yang relative murah. Oleh karenanya wisatawan masih bersedia untuk tetap menginap di akomodasi yang sama di Pulau Tidung, sebanyak 52%. Selain itu, wisatawan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada teman dan kerabat (*Willingness To Recommend*).

Model Regresi Linear Berganda

Tabel 11. Model regresi linier berganda

Model	Coefficients ^a		
	Unstand ardized B	Coeffi cents Std. Error	Standa rdized Coeffi cients Beta
1 (Constant)	10,116	3,303	
Daya Tarik Objek Wisata	,281	.077	,346
Akomodasi	,357	.121	,268
Motif Wisata	,207	.099	,189

a. Dependent Variabel: Kepuasan Wisatawan

Sumber: data primer diolah, 2017.

Dari hasil olah data diperoleh model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Wisatawan} = 10,116 + 0,281 \text{ Daya tarik objek wisata} + 0,357 \text{ Akomodasi} + 0,207 \text{ Motif wisata}$$

1. Nilai konstanta = 10,116 memberikan arti bahwa kepuasan wisatawan akan bernilai 10,116 jika seluruh variabel bebas memiliki nilai 0.
2. Nilai koefisien regresi daya tarik objek wisata sebesar 0,281 memberikan arti bahwa jika terjadi kenaikan sebesar 1 satuan, maka kepuasan wisatawan akan meningkat sebesar 0,281 kali
3. Nilai koefisien regresi variabel akomodasi sebesar 0,357 memberikan arti bahwa terjadi kenaikan akomodasi sebesar 1 satuan, maka kepuasan wisatawan akan meningkat sebesar 0,357 kali.
4. Nilai motif wisata sebesar 0,207 memberikan arti bahwa jika terjadi kenaikan motif wisata sebesar 1 satuan, maka kepuasan wisatawan akan meningkat sebesar 0,207 kali.
5. Seluruh koefisien regresi variabel bebas bertanda positif (+) memberikan arti bahwa daya tarik objek wisata, akomodasi, serta motif wisata berbanding lurus dengan kepuasan wisatawan

Uji F

Untuk mengetahui apakah model regresi linier berganda yang dihasilkan dapat digunakan sebagai model untuk memprediksi Pengaruh Daya Tarik Objek Wisata, Akomodasi, Motif Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pulau Tidung Kepulauan Seribu, Jakarta dilakukan dengan uji F.

Hipotesis yang disusun dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, berarti secara bersama-sama tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya secara bersama-sama ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengujian yang digunakan adalah jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa secara bersama – sama keseluruhan variabel bebas memiliki keberartian atau pengaruh yang nyata terhadap variabel tidak bebas. Sebaliknya, jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil uji F variabel daya tarik objek wisata, akomodasi dan motif wisata diperoleh nilai $F_{hitung} = 19,117$. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 diperoleh nilai $F_{tabel} = 3.09$. Ini menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang berarti bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima. Dengan demikian maka daya tarik objek wisata, akomodasi dan motif wisata secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen (daya tarik obyek wisata, akomodasi dan motif wisata) terhadap variabel dependen (kepuasan wisatawan). Hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_i = 0$: tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y).

$H_1 : b_i \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Hasil pengujian masing-masing variabel secara parsial dengan uji t menunjukkan nilai t_{hitung} terendah sebesar 2,099 (motif wisata) dan tertinggi 3.636 (daya tarik obyek wisata). Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1.985, maka diperoleh gambaran bahwa nilai seluruh variable memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_a diterima. Hal ini memberikan makna bahwa seluruh variabel bebas (daya tarif obyek wisata, akomodasi, serta motif wisata) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan.

Koefisien Korelasi Parsial dan Koefisien Determinasi

Koefisien korelasi (r) adalah nilai yang menunjukkan ada tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas dan variabel tidak bebas. Besaran nilai koefisien korelasi menunjukkan kuat/lemahnya hubungan antar variabel, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 14 berikut:

Tabel 14 Koefisien Korelasi Parsial dan Koefisien Determinasi

Nilai r	Kriteria Hubungan
0,01 – 0,19	Sangat lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 0,99	Sangat kuat

Menurut Sanusi (2011), koefisien determinasi (R^2) merupakan nilai yang menunjukkan kemampuan variabel x menjelaskan keragaman dari y, atau

kemampuan variabel x dalam memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan syarat hasil uji F menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil pengujian untuk koefisien korelasi dan determinasi dijelaskan pada Tabel 15 berikut:

Tabel 15 Analisis Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (KD)

Variabel	Parsial	Kategori	Koefisien Determinasi (%)	R _{tabel}	Kesimpulan
Daya tarik objek wisata	0,348	Korelasi Lemah	12.11%	0,167	Nyata
Akomodasi	0,287	Korelasi Lemah	8,24%	0,167	Nyata
Motif Wisata	0,209	Korelasi Lemah	4,37%	0,167	Nyata
Simultan	0,612	Korelasi Kuat	37.45%	0,167	Nyata

Sumber : data primer diolah, 2017.

Nilai koefisien determinasi variabel daya tarik objek wisata sebesar 12,11% memberi arti bahwa kemampuan variabel daya tarik objek wisata menjelaskan keragaman dari kepuasan wisatawan di Pualu Tidung Kepulauan Seribu Jakarta secara parsial adalah 12,11%. Disebutkan nyata tetapi rendah karena beberapa indikator variabel memperoleh penilaian negative dari responden. Meskipun secara umum penilaian kebersihan di lingkungan pulau cukup baik, namun perubahan iklim global menyebabkan peningkatan tinggi air laut dan cuaca ekstrim dapat mengancam Kepulauan Seribu. Selain itu masalah sampah dan limbah cair dari Jakarta dan pemukiman pulau juga belum dapat teratasi, dapat menyebabkan penurunan kunjungan turis mancanegara dan lokal ke Kepulauan Seribu.

Akomodasi dengan kepuasan wisatawan adalah 0,287, artinya adalah ada hubungan yang nyata tetapi rendah antara variabel akomodasi dengan kepuasan wisatawan secara parsial. Nilai di atas menunjukkan nilai positif yang menghasilkan

hubungan searah sehingga jika suatu pelayanan dari akomodasi meningkat maka kepuasan wisatawan akan meningkat. Nilai koefisien determinasi variabel akomodasi sebesar 8,24% memberi arti bahwa kemampuan variabel akomodasi menjelaskan keragaman dari kepuasan wisatawan di Pualu Tidung Kepulauan Seribu Jakarta secara parsial adalah 8,24%. Disebutkan nyata tetapi rendah dikarenakan ketersediaan akomodasi yang ada terbatas homestay yang belum dikelola secara profesional. Selain fasilitas yang tersedia di homestay masih terbatas, sikap kurang tanggap pemilik homestay juga berdampak pada penilaian negative responden. Agar dapat dikelola secara baik, maka perlu peran aktif Pemda melakukan pembinaan untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan akomodasi, melalui kegiatan pelatihan-pelatihan.

Motif wisata berkorelasi rendah dengan kepuasan wisatawan sebesar 0,209. Nilai koefisien determinasi variabel motif wisata sebesar 4,37% memberi arti bahwa kemampuan variabel motif wisata menjelaskan keragaman dari kepuasan wisatawan di Pulau Tidung Kepulauan Seribu Jakarta secara parsial adalah 4,37%.. Kontribusi disebutkan nyata tetapi rendah. Suasana di Pulau Tidung hampir sama dengan kota Jakarta. Lokasi Pulau Tidung yang tidak terlalu jauh dari Jakarta, memberikan efek pola kehidupan keseharian masyarakat yang tidak berbeda dengan masyarakat Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa umumnya wisatawan yang berkunjung ke Pulau Tidung didorong oleh motif fisik (rekreasi) dan motif personal, sekedar berkumpul dengan teman atau kerabat. Untuk itu, perlu dilakukan diversifikasi atraksi maupun atraksi wisata di Pulau Tidung, dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Keunggulan Pulau Tidung di bidang budidaya hasil laut dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata kuliner khusus hasil laut. Pulau Tidung juga memiliki kekayaan pada sumber daya alam yang merupakan kawasan pengembangbiakan mangrove. Perlu

dipertimbangkan untuk mengembangkan ekowisata di Pulau Tidung, dalam bentuk wisata edukasi, dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan.

Secara simultan atau bersama-sama diketahui bahwa nilai koefisien korelasi variabel daya tarik objek wisata, akomodasi, motif wisata secara simultan adalah 0,612, artinya ada hubungan yang nyata pada kategori sangat kuat dan positif antara variabel daya tarik objek wisata, akomodasi, dan motif wisata terhadap kepuasan wisatawan di Pulau Tidung Kepulauan Seribu Jakarta. Kemampuan ketiga variabel tersebut untuk menjelaskan keragaman kepuasan wisatawan adalah sebesar 37.45%. Hal ini memberi arti bahwa presentase pengaruh variabel bebas yaitu daya tarik objek wisata, akomodasi, dan motif wisata terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 37.45%. Sisanya sebesar 62.55% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercantum dalam model penelitian.

Simpulan dan Saran

Variabel daya tarik obyek wisata, akomodasi dan motif wisata secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Secara simultan kontribusi ketiga variabel ini sebesar 37.45%. Secara parsial, masing-masing variabel bebas memiliki korelasi dan kontribusi yang lemah terhadap kepuasan wisatawan. Beberapa indikator dari variabel direspon negative oleh wisatawan. Maknanya adalah bahwa pengelolaan daya tarik wisata dan akomodasi perlu dibenahi secara profesional dalam rangka meningkatkan kepuasan wisatawan. Penguatan terhadap variabel lain (62.55%) seperti pengembangan infrastruktur, peningkatan kuantitas dan kualitas sarana transportasi, *hospitality* perlu dilakukan guna meningkatkan kepuasan wisatawan.

Daftar Pustaka

Collin, P.H. 2006. *Dictionary of Leisure, Travel and Tourism 3rd edition*. London: A & C Black.

- Hamdi, Asep Saepul dan E. Bahrudin. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hamid, Chalik. 1996. *Pengetahuan Pariwisata*. Jakarta: Yayasan Bhakti Membangun
- Handi, Irawan. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hill, Nigel, Greg Roche, Rachel Allen. 2007. *Customer Satisfaction: The Customer Experience Through the Customer's Eyes*. London: Cogent Publishing Ltd.
- Keputusan Menteri Perhubungan Republik Indonesia No. SK.241/H/70
- Liga, Suryadana M. dan Octavia Vanny. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Nowacki, Marek. The Determinants of Satisfaction of Tourist Attractions' Visitor. 2013. Poznań: Active. ISBN: 978-83-937379-0-1.
- Pitana, I Gede dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Putri, Emmita Devi Hari. 2016. *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Soekadijo R.G. 1997. *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata sebagai "Systemic Linkage")*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Stange, Jennifer dan David Brown. *Tourism Destination Management Achieving Sustainable And Competitive Results: Sustainable Tourism: International Cooperation for Development, Online Tool Kit And Resource Series*. Washington DC: Solimar International International Institute for Tourism Studies The George Washington University.
- Suwantoro Gamal. 1997. *Dasar – Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisataan*

Utama, I Gusti Bagus Rai. 2014. *Pengantar Industri Pariwisata: Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: Deepublish.

Yoeti, Oka A. 1999. *Psikologi Pelayanananan Wisata*. Jakarta: PT SUN