

**Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan  
Pengunjung  
Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit,  
Kebumen**

Evi Rakhmawati, Dr. Gunarso Wiwoho

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa  
Kebumen

Email :  
[eviradiva@gmail.com](mailto:eviradiva@gmail.com)

---

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata, fasilitas, dan *novelty seeking* terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen dengan sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode penelitian bersifat analisis kuantitatif, data yang diperoleh berdasarkan jawaban dari responden pada kuesioner, dianalisis dengan teknik statistik analisis regresi linier berganda dan model regresi diuji dengan asumsi klasik. Hasil perhitungan regresi diuji dengan uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Data diolah menggunakan program SPSS 21 *for windows*.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel atraksi wisata tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Sementara variabel lainnya, fasilitas dan *novelty seeking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai koefisien regresi masing-masing sebesar 0,173 dan 0,321. Secara simultan atraksi wisata, fasilitas, dan *novelty seeking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. *Nilai adjusted Square* sebesar 50,7 menunjukkan variabel kepuasan dijelaskan oleh atraksi wisata, fasilitas, dan *novelty seeking* sebesar 50,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

**Kata Kunci** : *Atraksi Wisata, Fasilitas, Novelty Seeking, dan Kepuasan*

### **Abstract**

*This research aims to determine the influence of tourist attractions, facilities, and novelty seeking to tourist satisfaction of Pasar Pereng Kali Kemit Village, Kebumen. The population in this research were visitors of the Pereng Kali Kemit Tourism, Kebumen with a sample of 100 respondents. Data collection techniques using purposive sampling technique. The instrument used used a questionnaire. The research method is quantitative analysis, data obtained based on answers from respondents on the questionnaire, analyzed with statistical techniques of multiple linear regression analysis and regression models were tested with classic assumptions. The results of the regression calculations were tested by t test, F test, and the coefficient of determination. Data is processed using SPSS 21 for Windows.*

*The results of the study partially showed that the tourist attraction variable did not affect visitor satisfaction. While other variables, facilities and novelty seeking have a positive and significant effect on visitor satisfaction with a regression coefficient value of 0.173 and 0.321,*

*respectively. Simultaneously tourist attractions, facilities, and novelty seeking have a significant effect on visitor satisfaction. The adjusted square value of 50.7 indicates satisfaction variable explained by tourist attractions, facilities, and novelty seeking by 50.7%, while the rest is influenced by other variables not explained in this study.*

**Keywords:** *Tourist Attraction, Facilities, Novelty Seeking, and Satisfaction*

# Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung Desa

## PENDAHULUAN

### N

Sektor pariwisata di Indonesia semakin berkembang dan menjadi salah satu penunjang perekonomian Negara. Pariwisata menurut Yoeti (2008:54), merupakan kegiatan multi sektoral yang hampir terkoneksi dengan semua kegiatan bidang pembangunan sehingga pariwisata bisa menjadi sumber alternatif pembiayaan pembangunan daerah. Kekayaan alam dan budaya yang dimiliki merupakan salah satu faktor penunjang yang memiliki andil cukup besar. Namun, hal tersebut tidak akan berpengaruh besar jika tidak didukung oleh faktor-faktor lainnya sehingga menarik minat wisatawan dan melakukan kunjungan.

Indonesia memiliki banyak obyek wisata di setiap daerahnya, salah satunya di Kabupaten Kebumen. Kota ini memiliki lebih dari 30 obyek wisata dimana didominasi oleh wisata alam. Sektor pariwisata di kota ini terus berkembang. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan jumlah wisatawan setiap tahunnya berdasarkan data pada tabel berikut.

**Tabel 1**

Tahun	JumlahWisatawanKebumen		Total
	JumlahWisatawan		
	Mancanegara	Domestik	
2011	-	701.893	701.893
2012	-	807.685	807.685
2013	24	979.684	979.704
2014	32	1.089.52	1.089.55
2015	6	1.250.85	1.250.85
2016	8	1.202.06	1.202.07
2017	61	1.770.07	1.770.13

Berdasarkan data tersebut, jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Kebumen terus mengalami peningkatan setiap tahun, dimana peningkatan wisatawan tertinggi terjadi pada tahun 2017. Peningkatan jumlah wisatawan tersebut membuktikan semakin tingginya tingkat kebutuhan masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata. Hal tersebut telah dijadikan peluang, khususnya bagi daerah yang ingin meningkatkan perekonomiannya melalui jalur wisata. Salah satu daerah yang memanfaatkan potensi tersebut adalah Desa Grenggeng, Kecamatan Karanganyar, Kebumen.

Desa Grenggeng menciptakan wisata baru berupa Desa Wisata Pasar Pereng Kali. Wisata tersebut merupakan satu destinasi baru bentukan pokdarwis (Kelompok

Sadar Wisata) dan karang taruna desa tersebut yang dibuka pada bulan Juli 2018 dan beroperasi 36 hari sekali. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Amin selaku Ketua Pokdarwis pada Bulan November 2018, wisata ini dikembangkan dengan konsep dan kesenian tradisional nuansa “zaman dulu” di tengah perkembangan modernisasi yang begitu pesat.

tradisional tersedia. Kemasan yang digunakan menggunakan bahan tradisional dan melarang adanya penggunaan plastik. Kemasan yang digunakan antara lain menggunakan daun pisang, cobek, piring dari anyaman bambu, dan jika akan membeli untuk dibawa pulang, dapat membeli tempat khusus yang sudah disediakan dari anyaman bambu. Selain makanan tradisional, Wisata Pereng Kali menyediakan aneka souvenir yang merupakan hasil karya masyarakat setempat dimana bahan yang digunakan menggunakan daun pandan yang telah diolah menjadi berbagai kerajinan tangan seperti tas, sandal, bros, dan sebagainya. Berbagai atraksi wisata disajikan agar menarik wisatawan, seperti kesenian tradisional, *orkes* musik karawitan, wisata air, mainan anak-anak, dan sebagainya. Wisata ini juga menyediakan berbagai *Spot* foto dimana saat ini sedang menjadi *tren* kalangan remaja maupun dewasa ketika melakukan kunjungan wisata. Berbagai atraksi wisata yang dimiliki, kuliner, serta atribut yang dibuat konsep tradisional tersebut membuat suasana “zaman dulu” sangat terasa ketika mengunjungi wisata tersebut.

Sajian konsep tradisional Pereng Kali terbukti menarik pengunjung dengan peningkatan pengunjung yang signifikan untuk sebuah destinasi baru. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak manajemen, sejak pertama dibuka hingga 4 bulan berikutnya, terjadi peningkatan pengunjung sebagai berikut :

**Tabel 2**

**Data Jumlah Pengunjung Desa Wisata Pasar**

PerengKali		
No	Bulan(2018)	JumlahPengunjung
1	Juli	634
2	Agustus	435
3	September	1793
4	Oktober	2655

*Sumber* : Wawancara November, 2018

Data tersebut menunjukkan fluktuasi jumlah pengunjung pasar Pereng Kali. Berdasarkan data pada tabel 2 terjadi peningkatan pengunjung yang cukup signifikan khususnya pada bulan september. Selain peningkatan pengunjung, pasar Pereng Kali juga terbukti telah menarik wisatawan dengan omset yang fluktuatif. Berikut data yang diperoleh :

**Tabel 3**

**Data Jumlah pendapatan Desa Wisata Pasar**

PerengKali		
------------	--	--

Konsep tradisional tersebut juga dijadikan sebagai daya tarik dalam menarik wisatawan.

Wisata Pasar Pereng Kali merupakan wisata pertama di Kebumen dengan sajian wisata yang didominasi oleh wisata kuliner tradisional. Beraneka jenis makanan

**Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung**

<b>No</b>	<b>Bulan (2018)</b>	<b>Omset</b>	<b>Desa</b>
1	Juli 2018	8.000.000	
2	Agustus 2018	4.000.000	
3	September 2018	11.000.000	
4	Oktober 2018	60.000.000	
5	Desember 2018	37.000.000	
6	Januari 2019 (Tahun Baru)	27.000.000	
7	Januari 2019	34.000.000	
8	Februari 2019	34.000.000	
9	Maret 2019	12.000.000	

## Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung Desa

Sumber : Wawancara Maret, 2019

Peningkatan jumlah pengunjung menunjukkan bahwa wisata tersebut mengalami pertumbuhan dan berpotensi untuk dikembangkan. Tantangan bagi Pasar Pereng Kali saat ini adalah mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung karena keberhasilan manajemen dengan konsep tersebut, ternyata telah membuat beberapa desa lain membuka wisata serupa. Dalam mengembangkan sebuah destinasi, pihak manajemen harus memahami perilaku pengunjung yang selalu dinamis. Kunjungan wisatawan merupakan salah satu proses dari perkembangan pariwisata, karena bila tidak ada wisatawan tidak akan ada pariwisata. Banyaknya kunjungan wisatawan sangatlah penting bagi sebuah objek wisata, karena wisatawan dapat memberikan dampak positif baik bagi pihak manajemen maupun lingkungan masyarakat sekitar objek wisata tersebut. Oleh karena itu, kepuasan pengunjung suatu objek wisata merupakan hal yang sangat penting.

Kepuasan pengunjung merupakan salah satu faktor penentu untuk mempertahankan dan meningkatkan eksistensi suatu obyek wisata. Kepuasan pengunjung merupakan tolak ukur dalam menentukan kelangsungan suatu usaha. Kotler dalam Manoppo (2013:1343), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan menjadi aspek yang sangat diharapkan konsumen, dalam konteks disini adalah setelah pengunjung melakukan kunjungan wisata.

Peneliti melakukan mini riset dengan menggunakan pertanyaan tertutup kepada pengunjung pasar Pereng Kali untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung destinasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam mini riset sebanyak 30 responden dimana satu responden diminta untuk memberi dua jawaban. Berikut hasil yang diperoleh :

**Tabel 4**  
**HasilMiniRiset-I**

No	Alasan Pengunjung	Jumlah	Persentase
<b>MerasaPuas</b>		<b>(%)</b>	
1	Unik	12	20%
2	Sejuk dan bersih	13	21,67%
3	pengalaman	12	20%
4	Pertunjukan seni	17	28,33%
5	Rasa	6	10%
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, 2018

lainnya dapat memberikan kesan tersendiri bagi para pengunjung.

Pengalaman baru memperoleh jumlah persentase sebesar

20%. Pengunjung merasa puas dengan alasan tujuan dari kunjungan wisata tersebut karena ingin mencari sesuatu yang baru (*novelty seeking*) yang ingin diperoleh ketika melakukan kunjungan wisata di Pasar Pereng Kali. Sebagian besar Pengunjung, mengunjungi wisata Pereng Kali dengan tujuan berwisata sekaligus mencari sarapan pagi yang alami. Hal tersebut membuat pengunjung merasa ada sesuatu yang berbeda ketika mengunjungi wisata ini dengan puluhan menu tradisional yang tersedia. Pihak manajemen yang membuka wisata ini 36 hari sekali dimana dikaitkan dengan kepercayaan masyarakat setempat dengan sajian pertunjukkan maupun *event* yang berbeda setiap kali buka membuat pengunjung senang dan tidak bosan. Berbeda ketika pengunjung hanya dapat menikmati makanan tradisional saja.

Wisata ini dikelilingi pohon bambu dan dekat sungai menjadi alasan pengunjung merasa puas karena pengunjung dapat berlama-lama meskipun pada siang hari. Wisata ini tetap terjaga kebersihannya meskipun berada di lingkup tanaman bambu. Kebersihan tempat wisata merupakan salah satu faktor pendukung sebagai fasilitas yang harus dijaga. Fasilitas wisata merupakan faktor pendukung keberhasilan manajemen obyek wisata. Menurut Spillane (1994), Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Berkaitan dengan fasilitas yang disediakan Wisata Pereng Kali, penulis melakukan mini riset kepada

30 responden dengan hasil 67% responden menyatakan tidak puas. Hasil mini riset menunjukkan bahwa 20 dari

30 responden menunjukkan ketidakpuasan terhadap fasilitas yang disediakan. Fasilitas bukan merupakan bagian dari produk wisata yang ditawarkan, namun fasilitas merupakan faktor pendukung agar pengunjung

merasa nyaman ketika melakukan kunjungan wisata dan

membuat pengunjung merasa puas melakukan kunjungan wisata.

### **KAJIAN** **Kepuasan**

Dari hasil mini riset, peneliti menyimpulkan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung yaitu karena unik dan pertunjukan seni yang disajikan, dimana kedua faktor tersebut merupakan dimensi dari atraksi wisata.

**Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan Novelty Seeking terhadap Kepuasan Pengunjung**

Manajemen Pasar Pereng Kali membuat konsep Desa Menurut Kotler dan Keller (2013:32), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kotler & Keller (2007:179) juga mengungkapkan bahwa sebuah perusahaan dikatakan bijaksana jika mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Menurut Sunarto (2003), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja/harapan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi harapan, pelanggan amat puas. Fornell *et al.* dalam Tjiptono (2007:365), mengemukakan indikator kepuasan meliputi:

# Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung Desa

kepuasan general atau keseluruhan (*overall satisfaction*), konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*), perbandingan situasi ideal (*comparison to ideal*).

## Atraksi Wisata

Roger dan Slinn (1998: 12) dalam Abdul Haji dan Yusuf (2016: 137), menyatakan bahwa atraksi atau daya tarik adalah segala sesuatu yang terdapat di objek wisata yang menjadi daya tarik sehingga orang berkunjung ke tempat tersebut dengan indikator: panorama, keunikan, keindahan dan kebersihan, kesenian objek wisata.

## Fasilitas

Spillane (2000: 23) dalam Abdulhaji dan Yusuf (2016), mengungkapkan bahwa fasilitas fisik (*physical facility*) adalah sarana yang disediakan oleh pengelola obyek wisata untuk memberikan pelayanan atau kesempatan kepada wisatawan menikmatinya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas menurut Sumayang (2003), adalah sebagai berikut :

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.
- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan
- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan

## *Novelty Seeking*

Pearson, Asseker (2011:32) dalam bukunya *Tourism Management* menyampaikan bahwa *novelty seeking* sebagai tingkat kontras antara persepsi saat ini dengan pengalaman masa lalu dalam berwisata sehingga memiliki tujuan baru dalam berwisata selanjutnya. Konsep *novelty seeking* menurut Bello & Eitsel (1985) dalam Very (2015), adalah sebagai berikut: mengubah kebiasaan, melepaskan diri, sensasi, berpetualang, mengurangi kebosanan, kejutan.

## Hubungan Antar Variabel

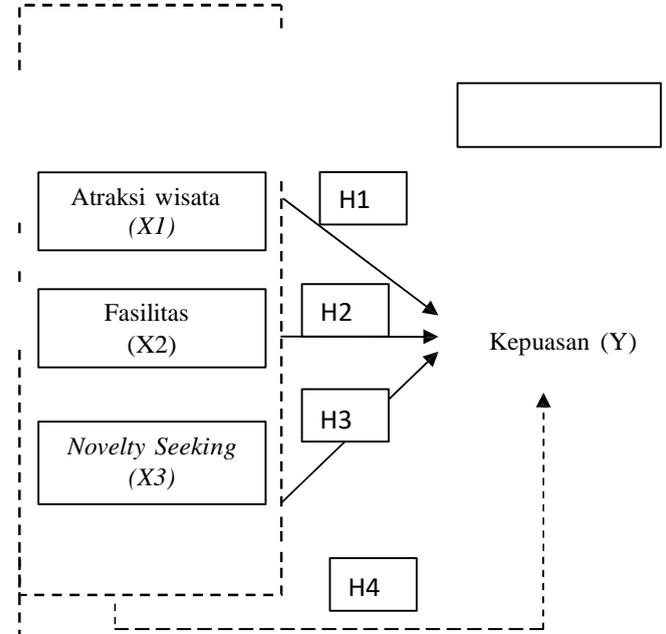
Hubungan antara atraksi wisata dengan kepuasan pada dasarnya wisatawan atau pengunjung yang mengunjungi objek wisata cenderung berkeinginan untuk menyaksikan atraksi wisata yang ditawarkan atau disediakan oleh

objek wisata tersebut, karena setiap objek wisata tentunya menawarkan atraksi wisata yang berbeda dengan objek wisata lainnya. Sofyan (2015) dalam Martina, dkk. (2018) berpendapat bahwa memang benar adanya hubungan antara atraksi wisata dengan kepuasan pengunjung.

Salah satu motivasi wisatawan melakukan kunjungan wisata adalah *novelty seeking* dimana adanya keinginan seseorang untuk mencari sesuatu yang baru. Hal itu sesuai dengan pendapat mill dan Morison dalam Assekar (2011) yang menyatakan bahwa perjalanan wisata yang kini dianggap sebagai suatu kebutuhan dan keinginan individual yang harus dipuaskan. Keinginan tersebut diikuti dengan berbagai tujuan maupun dimana pada penelitian ini dijadikan sebagai indikator.

Penelitian yang dilakukan Elmia Nafisah (2016) menunjukkan pengaruh antara *novelty seeking* terhadap kepuasan pengunjung. Meskipun dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil yang tidak signifikan, namun *novelty seeking* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Anthony Novianto (2014) menunjukkan bahwa *novelty seeking* memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan wisatawan.

## Kerangka Pemikiran



## Hipotesis

Keterkaitan fasilitas dengan kepuasan adalah dimana fasilitas merupakan suatu hal yang harus diperhatikan, khususnya pada obyek wisata, karena fasilitas wisata berhubungan langsung dengan kebutuhan pengunjung ketika berada di suatu obyek wisata. hal ini sejalan dengan pendapat dari Handoko (2003:101), yaitu

**Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung**  
fasilitas-fasilitas pelayanan persis seperti yang ada di rumah tangga, tidak seorangpun memikirkannya selama semua fasilitas bekerja dengan baik. Tetapi bila menyimpang dari seharusnya, fasilitas-fasilitas tersebut menjadi sangat penting dan menyita perhatian. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Stevanius (2016) menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

- H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen.
- H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen.
- H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan *novelty seeking* terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen.
- H<sub>4</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan atraksi wisata, fasilitas, dan *novelty seeking* secara simultan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen.

## **METODE PENELITIAN**

Peneliti menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak

# Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung Desa

digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2005). Sedangkan penelitian verifikatif yaitu penelitian yang ditujukan untuk menguji kebenaran sebagai hipotesis (Arikunto, 2006).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena metode analisisnya berupa angka-angka yang dapat dihitung dan diukur. Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat statistik. Penelitian ini juga menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen. dengan mengambil sampel penelitian melalui rumus Slovin adalah sebanyak 100 orang responden. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan *nonprobability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan anggota sampel dengan mempertimbangkan syarat-syarat yang telah ditetapkan dimana sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung Pasar Pereng kali Desa Grenggeng yang minimal berusia 17 tahun. Wisatawan yang tidak sedang melakukan

kunjungan, tetap dapat dijadikan sampel jika sudah

pernah melakukan kunjungan minimal satu kali. Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini, menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Hasil dari data yang diterima dari 100 responden diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, diketahui bahwa dari 100 responden yang sudah pernah berkunjung ke Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen, yaitu laki-laki berjumlah 49 orang atau sebesar 49% sedangkan perempuan berjumlah

51 atau sebesar 51%. Berdasarkan usia sebagian besar berusia 17-20 tahun dengan jumlah sebanyak 65 orang atau sebesar 65%, kemudian usia 31-40 tahun sebanyak

21 orang atau sebesar 21%, usia 17-20 tahun sebanyak

Perengkali Kemit, Kebumen berdasarkan pekerjaan cukup bervariasi.

### Analisis Kuantitatif

#### Uji Persyaratan Analisis

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2009). Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keaslian suatu instrumen. Hasil uji validitas pada atraksi wisata terdiri dari 5 butir pernyataan, fasilitas terdiri dari 6 butir pernyataan, *novelty seeking* terdiri dari 6 butir pernyataan, serta kepuasan terdiri dari 3 butir pernyataan yang dilakukan dengan menggunakan bantuan *Software SPSS for Windows version 21.0* diperoleh hasil *r hitung* ke 20 item kuesioner tersebut menunjukkan hasil perhitungan bahwa korelasi pada kolom *r hitung* lebih besar dari nilai *r tabel* (0,1966) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua butir instrumen pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid (sah) dan dapat dilanjutkan untuk pengambilan data berikutnya.

##### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berorientasi pada suatu pengertian bahwa kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya untuk kemudian digunakan sebagai alat pengumpulan data. Berdasarkan uji reliabilitas kuisisioner dinyatakan reliabel sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

#### Nilai Cronbach

11 orang atau sebesar 11%, dan usia  $>40$  tahun sebanyak 3 atau sebesar 3%.

Berdasarkan pekerjaan jumlah responden tertinggi adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 31 orang atau sebesar 31%, kemudian wiraswasta dan pekerjaan lainnya dengan perolehan yang sama, dimana masing-masing berjumlah 24 orang atau sebesar 24%, dilanjutkan dengan Pegawai Swasta/ BUMN sebanyak 18 orang atau 18%, Pegawai Negeri/ TNI-Polri dengan jumlah 3 orang atau sebesar 3%. Hal ini menunjukkan bahwa klasifikasi pengunjung Desa Wisata Pasar

## Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung

<u>Variabel</u>	<u>Alpha</u>	<u>Alpha</u>	<u>Keterangan</u>
Atraksi Wisata	0,60	0,639	Reliabel
Fasilitas	0,60	0,839	Reliabel
<i>Novelty Seeking</i>	0,60	0,699	Reliabel
Kepuasan	0,60	0,755	Reliabel

Desa

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach alpha* untuk variabel atraksi wisata sebesar  $0,639 > 0,60$ , variabel fasilitas sebesar  $0,839 > 0,60$ , variabel *novelty seeking* sebesar  $0,699 > 0,60$ , dan variabel kepuasan sebesar  $0,755 > 0,60$ . Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian dikatakan reliabel karena semua nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$ .

### 3. Uji Asumsi

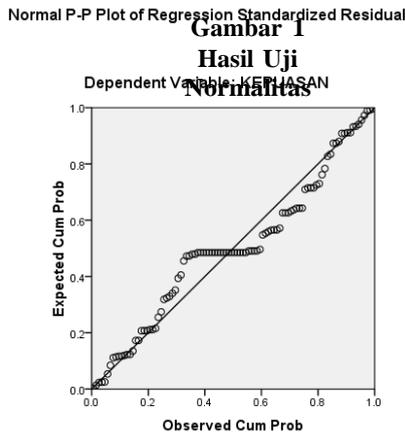
#### Klasik a. Uji

##### Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi atau penyebaran yang normal atau tidak. Data dikatakan normal apabila pada *output normal probability plot* terdapat penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebarannya

# Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung Desa

mengikuti arah garis diagonal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut :



Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, sehingga variabel dependen dan variabel independen dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

## b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Berikut hasil analisis uji multikolinieritas dengan *Software*

SPSS for Windows version 21.0

:

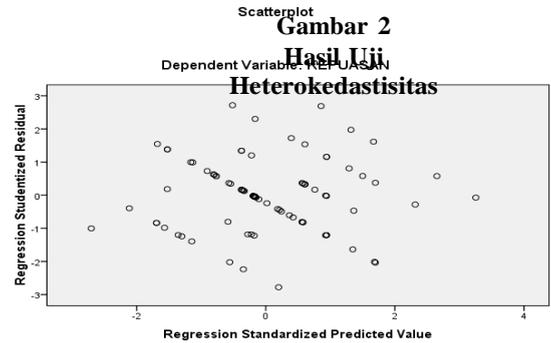
**Tabel 7**  
Hasil Uji  
Multikolinieritas  
Coefficients<sup>a</sup>

No	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Atraksi Wisata	0,441	2.265
2	Fasilitas	0,700	1.429
3	<i>Novelty Seeking</i>	0,531	1.882

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 7, dapat dijelaskan bahwa nilai VIF (*Variance influence Factor*) pada

uji heterokedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Gambar grafik 2 menunjukkan bahwa tidak terjadi pola tertentu, seperti titik- titik yang membentuk pola tertentu yang teratur dan tidak membentuk suatu pola yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak menunjukkan terjadinya heterokedastisitas.

## 4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisa regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Berikut hasil analisis yang diperoleh

:

**Tabel 8**  
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

	Unstandardize d		Standardized
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-.049	.934	
Atraksi	.013	.078	.017
Wisata			

*collinearity statistics* menunjukkan nilai *Novelty Seeking* masing kurang dari

Sumber : 0 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1. Berdasarkan asumsi tersebut, maka dari hasil uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas, sehingga model dapat digunakan.

## c. Uji Heterokedastisitas

## Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi tidak terjadi ketidaksamaan varian dan residual di suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil dari

Fasilitas	.173	.045
	.324	
	.321	.060
		.516

---

*Data Primer Diolah,  
2019*

Berdasarkan tabel 8 diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,49 + 0,013X_1 + 0,173X_2 + 0,321X_3 + e$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = -0,49, menunjukkan nilai konstanta sebesar -0,49 menyatakan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel atraksi wisata, fasilitas, dan *novelty seeking* maka kepuasan mempunyai nilai -0,49.
2. b1 = 0,013, nilai ini menunjukkan jika variabel atraksi wisata (X1) bertambah 1%, maka kepuasan (Y) akan meningkat sebesar 0,013 jika variabel lain dianggap tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara

## Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung Desa

atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung, semakin baik atraksi wisata maka semakin meningkat kepuasan pengunjung.

3.  $b_2 = 0,173$ , artinya jika variabel fasilitas (X2)

mengalami kenaikan 1% maka variabel kepuasan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,173 jika variabel lain dianggap tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung, semakin baik fasilitas wisata maka semakin meningkat kepuasan pengunjung.

4.  $b_3 = 0,321$ , artinya jika variabel *novelty seeking* mengalami kenaikan 1% maka variabel kepuasan akan mengalami peningkatan sebesar 0,321 jika variabel lain dianggap tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *novelty seeking* terhadap kepuasan pengunjung, semakin tinggi tingkat *novelty seeking* maka semakin meningkat kepuasan pengunjung.

### 5. Uji Hipotesis a. Uji t

Pengujian ini merupakan suatu pengujian secara individu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil analisis uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 9**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Standardized		t	Sig.
	Unstandardized	Coefficients		
	Coefficients	Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	-.049	.934		.053
Atraksi Wisata	.013	.078	.017	.870
Fasilitas	.173	.045	.324	.000
<i>Novelty Seeking</i>	.321	.060	.516	.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

- a. Hasil uji t menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel atraksi wisata (X1) sebesar  $0,870 > 0,05$  artinya tidak signifikan, dan nilai t hitung sebesar 0,163 < ttabel sebesar 1,985 maka H0 diterima dan H1 ditolak. Artinya, tidak ada

(X2) mempunyai pengaruh yang searah terhadap kepuasan (Y).

- c. Hasil uji t menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel *novelty seeking* (X3) sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh yang signifikan, dan nilai t hitung sebesar  $5,327 > t$  tabel sebesar 1,985 maka H0 ditolak dan H3 diterima. Artinya, ada hubungan linier antara *novelty seeking* terhadap kepuasan. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X3) mempunyai pengaruh yang searah terhadap kepuasan (Y).

### b. Uji F

Uji silmutan digunakan untuk menguji tingkat signifikansi koefisien regresi variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

**Tabel 10**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>					
Model	Squares	df	Square	F	Sig.
Regression	76.965	3	25.655	34.971	
	<i>Sum of</i>		<i>Mean</i>		
<i>Residual</i>	70.425	96	.734		
Total	147.390	99			

a. Predictors: (Constant), *Novelty Seeking*, Fasilitas, Atraksi Wisata

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

- Tabel diatas menunjukkan diperoleh nilai F hitung pada tingkat signifikansi sebesar  $34,971 > Ftabel$  sebesar 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa atraksi wisata, fasilitas, *novelty seeking* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Ada hubungan linier antara atraksi wisata terhadap kepuasan.
- b. Hasil uji t menunjukkan bahwa probabilitas

**Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan Novelty Seeking terhadap Kepuasan Pengunjung**

Pereng Kali Kemit, Kebumen.

**Desa**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi (**

**)**

**Uji Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Berikut hasil uji analisis koefisien determinasi :

**Tabel 11**

signifikansi untuk variabel fasilitas (X2)

sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh

yang signifikan, dan nilai t hitung sebesar  $3,846 > t_{tabel}$  sebesar 1,985 maka H0 ditolak dan H2 diterima. Artinya, ada hubungan linier antara fasilitas terhadap kepuasan. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel fasilitas

**Model Summary<sup>b</sup>**

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>of the Estimate</i>
--------------	----------	----------	--------------------------	------------------------

*Std. Error*

1	.723 <sup>a</sup>	.522	.507	.85650
---	-------------------	------	------	--------

a. *Predictors: (Constant), Novelty Seeking, Fasilitas, Atraksi Wisata*

b. *Dependent Variable: Kepuasan*

*Sumber : Data Primer Diolah, 2019*

## Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung Desa

Berdasarkan tabel 11, besarnya Adjusted R Square adalah 0,507. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan yang dapat dijelaskan oleh variabel atraksi wisata, fasilitas, dan novelty seeking (independen) dalam penelitian ini sebesar 50,7%. Sisanya 49,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diketahui oleh peneliti. Standar error of the estimate (SEE) sebesar 0,85650. Semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. **H3: Pengaruh Novelty Seeking terhadap Kepuasan** Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh *novelty seeking* terhadap kepuasan pengunjung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengaruh *novelty seeking* terhadap kepuasan berdasarkan hasil uji t sebesar 5,327 dan nilai probabilitas (*sig*) sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ )

### PEMBAHASAN

#### **H1: Pengaruh Atraksi Wisata terhadap Kepuasan**

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengaruh atraksi wisata terhadap kepuasan dengan hasil uji t sebesar 0,163 dan nilai probabilitas (*sig*) sebesar 0,870 ( $p > 0,05$ ) sehingga menghasilkan keputusan bahwa hipotesis pertama ditolak. Variabel atraksi wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen menilai jika kepuasan pengunjung pada wisata tersebut tidak dipengaruhi oleh atraksi wisata yang ada, tetapi dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sopa Martina, Fitri Sukma Dewi, dan Didin Syarifuddin (2018). Penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Stevanus (2014) yang mengemukakan hasil bahwa atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

#### **H2: Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan**

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan dengan hasil uji t sebesar 3,846 dan nilai probabilitas (*sig*) sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) sehingga menghasilkan keputusan bahwa hipotesis kedua diterima. Variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen menilai jika kepuasan pengunjung pada wisata tersebut dipengaruhi oleh fasilitas yang disediakan. Semakin baik fasilitas yang disediakan, pengunjung akan semakin merasa puas. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rosita, Sri Marhanah, Woro Hanoum Wahadi (2016)

**Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan Novelty Seeking terhadap Kepuasan Pengunjung**  
Desa pengelolaan atraksi wisata agar mengena di hati para pengunjung.

sehingga menghasilkan keputusan bahwa hipotesis ketiga diterima. Variabel *novelty seeking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng Kali Kemit, Kebumen menilai jika kepuasan pengunjung pada wisata tersebut dipengaruhi adanya *novelty seeking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anthony Novianto (2014) yang menyatakan bahwa *novelty seeking* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t, atraksi wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng kali Kemit, Kebumen. Artinya, kepuasan pengunjung bukan dari faktor atraksi wisata, namun disebabkan oleh faktor lainnya.
2. Berdasarkan hasil uji t, fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng kali Kemit, Kebumen. Artinya semakin baik fasilitas yang disediakan, kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
3. Berdasarkan hasil uji t, *novelty seeking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng kali Kemit, Kebumen. Artinya semakin meningkat *novelty seeking* semakin meningkat pula peningkatan kepuasan pengunjung.
4. Berdasarkan hasil uji F, terdapat pengaruh secara simultan variabel atraksi wisata, fasilitas, dan *novelty seeking* terhadap kepuasan pengunjung.
5. Perhitungan Adjusted R Square diperoleh hasil sebesar 0,507. Artinya variabel kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel atraksi wisata, fasilitas, dan *novelty seeking* sebesar 50,7%. sedangkan sisanya sebesar 49,3% dapat di jelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. *Standar error of the estimate (SEE)* sebesar 0,85650. Semakin kecil *SEE* akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.
6. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Pasar Pereng kali Kemit, Kebumen adalah *novelty seeking* yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi pada *unstandardized coefficients B*.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran bagi Desa Wisata Pasar Pereng kali Kemit, Kebumen, antara lain :

1. Variabel atraksi wisata belum dapat membuat pengunjung Pasar Pereng Kali merasa puas. oleh karena itu, untuk mendapatkan kepuasan pengunjung perlu adanya kreativitas dalam

## Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung Desa

Pengelola dapat menambahkan wahana air seperti perahu mesin yang dapat menampung banyak pengunjung agar pengunjung dapat lebih jauh menikmati suasana Pereng Kali Kemit. Kolaborasi pertunjukkan seni seperti gending karawitan dengan musik modern dengan kostum tradisional juga dapat dijadikan konsep pertunjukkan yang terkesan unik.

2. Hasil penelitian yang menunjukkan nilai positif dan signifikan pada variabel fasilitas dapat dijadikan acuan bagi pengelola Desa Wisata Pasar Pereng kali Kemit, Kebumen untuk lebih meningkatkan fasilitas yang disediakan. Penambahan lahar parkir, penambahan jumlah toilet dan tempat duduk perlu dilakukan untuk memenuhi kapasitas pengunjung. Daftar menu pada *stand* penjual perlu ditata agar terkesan rapi sehingga pengunjung tidak kesulitan ketika mencari komoditas atau produk yang disediakan. *Stand* juga perlu didesain seperti menggunakan anyaman bambu untuk memperindah *stand* agar tidak terlihat monoton dan memberi kesan yang lebih nyaman.
3. Kreatifitas untuk membuat sesuatu yang lebih menantang atau berkesan sebaiknya ditingkatkan karena variabel *novelty seeking* memberi pengaruh terbesar pada kepuasan pengunjung Pereng Kali. Penambahan menu makanan tradisional serba pedas dapat menambahkan sensasi pengunjung dimana saat ini makanan-makanan pedas masih menjadi *trend* pada produk kuliner.
4. Penelitian mengenai pengaruh variabel atraksi wisata, fasilitas, dan *novelty seeking* terhadap *kepuasan* ini dapat diteliti lebih lanjut untuk memperoleh hasil yang lebih lengkap. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan atau mengganti variabel lain yang lebih spesifik yang dapat mempengaruhi *kepuasan*, sehingga dapat menambah pengetahuan dan menyempurnaan pemahaman berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *kepuasan*. Subyek atau obyek yang berbeda juga disarankan untuk

penelitian selanjutnya sehingga dapat dijadikan *Analisis* sebagai pembanding maupun acuan dalam mempelajari faktor *kepuasan*. Responden pada penelitian ini masih terbatas, yaitu 100 orang, sehingga sangat disarankan pada penelitian selanjutnya untuk menambah jumlah responden sehingga hasil penelitian akan lebih kuat dalam mewakili sebuah populasi penelitian.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdulahji, S. dan Yusuf, Ibnu Sina. 2016. "Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas terhadap Citra Obyek Wisata

terhadap Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Bandung. Skripsi Sarjana (tidak dipublikasikan). Bandung: Universitas Widyatama.

- Assaker, G., Vinzi, V. E., & O'Connor, P. 2011. "Examining The Effect of Novelty Seeking, Satisfaction, and Destination Image on Tourists' Return Pattern: A Two Factor, Non-Linear Latent Growth Model". *Tourism Management*, 32(4), 890-901.

- Faradisa, Isti. dkk. 2016. "Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café)". *Journal Of Management*, Volume 2 No.2 Maret 2016.

- Fitroh, S.K.A., Hamid, D., dan Hakim, L. 2017. "Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 42, No. 2, Januari 2017: 18-25.

- Gamal, Suwanto. 2000. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- \_\_\_\_\_. 2013. *Aplikasi Danau Tolire Besar di Kota Ternate*". *Jurnal Penelitian Humono*, Vol. 7 No. 2, November 2016: 143-148.

- Arizandi, F. R. 2015. Pengaruh Place Attachment dan Novelty Seeking

**Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung**  
*Multivariate dengan SPSS*. Edisi ketujuh. **Desa**  
Semarang:Badan Penerbit Universitas  
Diponegoro.

Handoko, T. H. 2003. *Dasar-dasar  
Manajemen Produksi dan Operasi*.  
Yogyakarta: BPF

Husein, Umar. (2000). *Metodologi Penelitian,  
Aplikasi dalam Pemasaran*, Jakarta: PT.  
Gramedia Pustaka Utama.

*Kabupaten Kebumen dalam Angka*.  
2018.

Kebumen: BPS Kebumen. diakses  
melalui <http://kebumenkab.bps.go.id>  
pada  
11 Januari 2019

## Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Pengunjung Desa

- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Prenhallindo.
- \_\_\_\_\_. 2005. Manajemen Pemasaran I. Diterjemahkan oleh Benjamin Molan. Edisi Kesebelas. Jilid 1 dan 2. Jakarta: index.
- \_\_\_\_\_. 2007. Manajemen Pemasaran II. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Manoppo, Ferninda. 2013. "Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap kepuasan Konsumen pada Hotel Gran Puri Manado". *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4, Desember 2013: 1341-1348.
- Martina. S., Dewi, F. S., dan Syarifudin, D. 2018. "Pengaruh Brand Image dan Atraksi Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung di Saung Angklung Udjo". *Journal of Management and Business Review*, Vol. 15, No. 1, 2018 : 90-110.
- Novianto, A. 2014. Pengaruh Place Attachment dan Novelty Seeking terhadap Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Bandung. Skripsi Sarjana (tidak dipublikasikan). Bandung: Universitas Widyatama.
- Rosita, Marhanah, S., dan Wahadi, W.H. 2016. "Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Pemasaran, Ragunan Jakarta". *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, Vol. 13, No. 1, April 2016: 61-72.
- Sammeng, Andi mappi. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka. Toba Samosir". Jurnal (tidak dipublikasikan). Diambil dari
- Spillane, J. J. 1994. *Pariwisata Indonesia. Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta : Kasinius.
- Stevanius. 2014. "Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta". *Jurnal Ekonomi Bisnis, Volume 19, No. 3*: 39-48.
- Sugiyono. 2002. Metode Penelitian Bisnis, cetakan keempat. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2010. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumayang, L. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sunarto. 2003. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS Yogyakarta dan CV. Ngeksigondo Utama.
- Sutrisno,H. 2004. *Penelitian Research*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Tjiptono, Fandi. 2004. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Manajemen Pemasaran(edisi kedua)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2008. Strategi
- Siagian dan Sugiarto. 2016. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sirait, Helena. 2017. "Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek

**Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan Novelty Seeking terhadap Kepuasan Pengunjung**  
Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Desa Yogyakarta : CV Andi Offset.  
Ajobata Kabupaten

[www.google.com](http://www.google.com) scholar pada 25 Maret  
2019.

\_\_\_\_\_.2012. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Yoeti, Oka. A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Cetakan Kedua*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.

Yusalita, Hana. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Obyek Wisata Benteng Van Der Wijck Gombang. Skripsi(tidak dipublikasikan). Kebumen: STIE Putra Bangsa.