

**LEVEL OF INTEREST OF TOURISTS VISITING JAM GADANG  
TOURISM ATTRACTION BUKITTINGGI**

**TINGKAT KEPENTINGAN WISATAWAN YANG BERKUNJUNG DI  
KAWASAN WISATA JAM GADANG BUKITTINGGI**

**Naufal Hibatullah<sup>1</sup>, Fadlul Rahman<sup>2</sup>, Taufik Hidayat<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Institut Seni Indonesia Padangpanjang

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

Submitted: 2023-11-03  
Accepted: 2023-12-31

Published: 2023-12-31

DOI: 10.24036/jpk/vol15-iss02/1324

URL: <http://jpk.ppi.unp.ac.id/index.php/jpk/article/view/1324>

**Abstract**

In this research, the objectives to be achieved are certainly in line with the problems discussed. Based on the problems described previously, the aim of this research is to analyze the interests of tourists visiting the Bukittinggi Jam Gadang tourist area, to analyze the performance of the management of the Bukittinggi Gadang Jam tourist area, to design a development strategy based on tourist satisfaction with the performance of tourism products in the tourist area. Bukittinggi jam gadang This research is expected to be an input for managers in creating new innovations that can increase the satisfaction of tourists visiting the Bukittinggi gadang jam tourist area. This research uses a quantitative approach to examine the factors that influence tourist satisfaction in the Bukittinggi Jam Gadang tourist area. This aims to determine the right strategy to increase tourist visits. Indicators that influence the satisfaction of tourists visiting the Jam Gadang Bukittinggi tourist area, ranked from the most significant, are attractiveness, variety of activities, cleanliness, comfort, security, ease of registration, convenience of public toilets, ease of access to the location, friendliness of employees, attitude of souvenir sellers, price of admission. The performance of tourism products does not exceed the level of interest of visiting tourists. It was concluded that there was dissatisfaction with tourists. The strategy for developing tourism products in the Bukittinggi Jam Gadang tourist area is in accordance with the focus quadrants that have been determined in the discussion.

**Keywords:** *tourism, educational tourism, regional tourism*

**Abstrak**

Pada penelitian ini tujuan yang ingin dicapai tentu sejalan dengan masalah yang dibahas. Berdasarkan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kepentingan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata jam gadang Bukittinggi, untuk menganalisis kinerja pengelola kawasan wisata jam gadang Bukittinggi, untuk merancang strategi pengembangan berdasarkan kepuasan wisatawan terhadap kinerja pada produk wisata di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola dalam membuat inovasi baru yang dapat meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung di kawasan wisata jam gadang



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2017 by author and Universitas Negeri Padang.

Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan di kawasan wisata Bukittinggi Jam Gadang. Hal ini bertujuan untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Indikator yang mempengaruhi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata jam gadang bukittinggi di urutkan dari yang paling signifikan adalah kemenarikan, variasi aktivitas, kebersihan, kenyamanan, keamanan, kemudahan melakukan registrasi, kenyamanan toilet umum, kemudahan akses menuju lokasi, keramahan karyawan, sikap pedagang souvenir, harga tiket masuk. Kinerja produk wisata tidak melebihi dari tingkat kepentingan wisatawan yang berkunjung. Disimpulkan bahwa terdapat ketidakpuasan pada wisatawan. Strategi pengembangan produk wisata di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi sesuai dengan fokus kuadran yang sudah ditentukan pada pembahasan.

**Kata kunci:** pariwisata, wisata edukasi, wisata daerah

## Pendahuluan

Bukittinggi, salah satu destinasi wisata populer di Provinsi Sumatera Barat, memiliki beragam daya tarik baik wisata edukasi, alam, dan budaya. Namun kawasan wisata Jam Gadang Bukittinggi menjadi daya tarik tersendiri. Banyak wisatawan yang mengeluhkan fasilitas yang kurang memadai, staf yang tidak ramah, dan aktivitas yang kurang maksimal. Manajemen harus mengatasi permasalahan ini dan mencegah risiko (Tjiptono, 2012). Kepuasan pengunjung diartikan sebagai kesenjangan antara harapan dan kinerja yang dialami, dan kawasan wisata Bukittinggi Jam Gadang harus mengatasi permasalahan ini. Sehingga bisa diartikan bahwa kepuasan pengunjung merupakan kinerja produk atau jasa yang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang pengunjung harapkan (Sudiarta & Karini, 2017).

Tinjauan literatur adalah penilaian kritis terhadap penelitian yang ada untuk menghindari topik yang tumpang tindih atau serupa. Ini membantu mengidentifikasi teori, pendekatan, dan penelitian sebelumnya yang relevan. Oktaviani & Suryana (2006) melakukan penelitian mengenai kepuasan wisatawan pada sektor pariwisata, menganalisis fasilitas wisata di taman wisata Pasir Mukti Bogor menggunakan IPA (Importance Performance Analysis) untuk mengetahui tingkat kepuasan terhadap atribut yang ada. Penelitian telah dilakukan mengenai kualitas destinasi dan dampaknya terhadap perilaku wisatawan asing (Basiya & Rozak, 2012). Razovic (2013) mempelajari kepuasan wisatawan terhadap unsur pariwisata berkelanjutan. Nisco dkk. (2015) menggunakan analisis IPA untuk menganalisis kepuasan wisatawan di Campania, Italia. Namun belum ada penelitian mengenai kepuasan wisatawan terhadap produk wisata Jam Gadang di Bukittinggi. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami tingkat minat dan kepuasan wisatawan terhadap produk wisata di daerah ini.

Konsumen bisa puas atau tidak terhadap kinerja suatu produk. Konsumen yang puas kemungkinan besar akan setia terhadap produk, merekomendasikannya kepada orang lain, dan menyatakan pendapat positif tentang produk dan perusahaan. Sebaliknya, konsumen yang tidak puas mungkin tidak merekomendasikan produk tersebut, memberikan tanggapan negatif, dan memprioritaskan perusahaan dibandingkan merek lain. Hal ini berbeda dengan penelitian (Kotler & Kevin L, 2009) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen terhadap suatu produk tercermin dari perilakunya.

Pendekatan persepsi pasar merupakan gabungan strategi pengembangan pariwisata dengan fokus pada aspek produk dan pasar. Hal ini melibatkan identifikasi sisi permintaan dan penawaran produk pariwisata, seperti atraksi, fasilitas, aksesibilitas, institusi, sumber daya manusia, dan masyarakat (Kalebos, 2016). Tujuannya adalah untuk menyeimbangkan permintaan dan pasokan, memastikan keberhasilan tujuan wisata.

Keberhasilan suatu destinasi bergantung pada pemahaman manajemen terhadap karakter dan harapan wisatawan, yang kemudian digunakan untuk mengembangkan produk, layanan, dan fasilitas pendukung pariwisata.

Kepuasan wisatawan merupakan faktor penting bagi pengelola karena berdampak pada keberlanjutan suatu destinasi wisata dan kualitasnya secara keseluruhan (Negara dkk., 2019). Wisatawan yang puas akan lebih mungkin untuk kembali lagi atau merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain (Baharuddin & Rozak, 2016; Sudiarta & Karini, 2017). Pengelola harus fokus pada peningkatan kunjungan wisatawan dan tingkat kepuasan untuk menarik lebih banyak pengunjung (Chand & Kumar, 2017; Kotler & Kevin L, 2009; Kalebos, 2016). Di kawasan wisata Jam Gadang Bukittinggi, pengelola harus menciptakan kesan positif terhadap produk wisatanya untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi. Manajer harus mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan fokus pada penelitian untuk menentukan tingkat kepuasan terhadap produk pariwisata di area tersebut (Corte dkk., 2015; Sudiarta & Karini, 2017). Hal ini akan membantu menyusun strategi yang paling efektif dalam pengembangan destinasi kawasan wisata Jam Gadang Bukittinggi.

Pada penelitian ini tujuan yang ingin dicapai tentu sejalan dengan masalah yang dibahas. Berdasarkan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kepentingan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata jam gadang Bukittinggi, untuk menganalisis kinerja pengelola kawasan wisata jam gadang Bukittinggi, untuk merancang strategi pengembangan berdasarkan kepuasan wisatawan terhadap kinerja pada produk wisata di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola dalam membuat inovasi baru yang dapat meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan di kawasan wisata Bukittinggi Jam Gadang. Hal ini bertujuan untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Metode penelitian kuantitatif berdasarkan positivisme, melibatkan pengambilan sampel secara acak, pengumpulan informasi menggunakan instrumen penelitian, dan menganalisis data kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan menentukan strategi yang paling efektif.

Konsep yang di ciptakan oleh Martilla dan James ialah Importance Performance Analysis (IPA). Konsep SERVQUAL merupakan landasan dari metode baru yang diciptakan ini (Rangkuti, 2002). Pada dasarnya tingkat kepentingan di bandingkan dalam kaitannya dengan kinerja yang seharusnya perusahaan kerjakan, dimana nantinya perusahaan akan menawarkan produk ataupun jasa dengan kualitas yang tinggi (Campdesuner dkk., 2017). Kemudian ketika hasil dari variabel tingkat kepentingan dan kinerja sudah didapatkan langkah selanjutnya adalah merangkum perhitungannya dalam diagram kartesius. Tjiptono (2012) menjelaskan bahwa tingkat kepuasan wisatawan dapat di ukur melalui rumus berikut ini :

$$CS = \sum (I_i - P_{pi})$$

Keterangan:

CS: *Customer Satisfaction*

I: *Importance*

Pp: *Perceived Performance*



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2017 by author and Universitas Negeri Padang.

Dimana apabila:

CS<0 Wisatawan merasa sangat puas

CS=0 Wisatawan merasa puas

CS>0 Wisatawan merasa tidak puas

Beikutnya adalah ketika sudah mendapatkan hasil dari angka tersebut ialah memasukkannya dalam diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu matriks *Importance Performance Analysis*. Dalam hal ini suatu bangun persegi dibagi kedalam empat bagian kuadran yang dibatasi dengan dua garis yang saling berpotongan pada titik x dan y secara tegak lurus. Berikut adalah perhitungannya menggunakan rumus :

$$Y = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{k} = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{k}$$

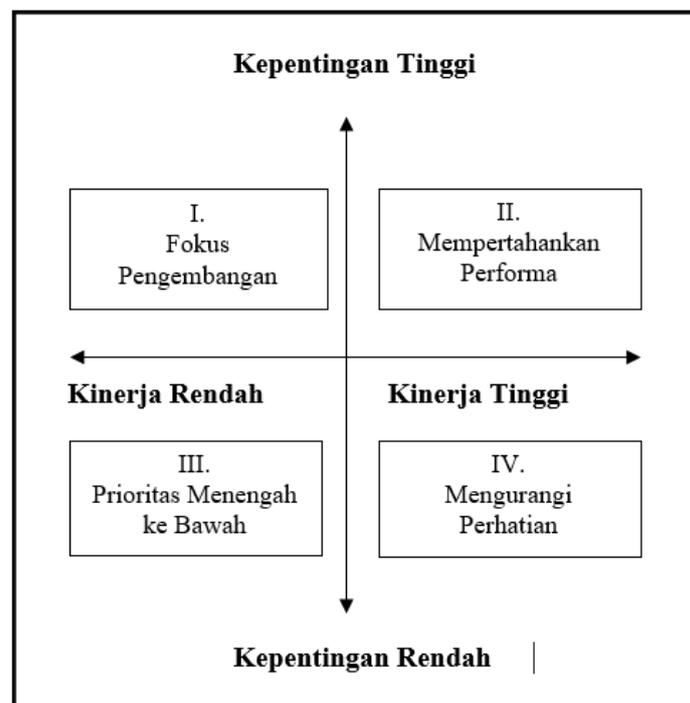
Dimana:

X = nilai rata kinerja dari semua pernyataan yang ada

Y = nilai rata kepentingan dari semua pernyataan yang ada

k = total atribut pertanyaan

Rangkuti (2002) menjelaskan matriks IPA yang terdiri dari keempat kuadran yang dimana masing-masing bisa menjelaskan keadaan yang berbeda. Keadaan tersebut dijabarkan dibawah ini :



**Gambar 2.** *Importance-Performance Analysis Matrix*

1. Kuadran I (berfokus pengembangan) yang menampilkan atribut yang oleh pengunjung dianggap penting akan tetapi kinerja atribut itu pada kenyataannya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Pada kuadran ini, atribut nya harus ditingkatkan secara signifikan.
2. Kuadran II (mempertahankan performa) yang menampilkan atribut yang dianggap penting oleh pengunjung yang mana sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh

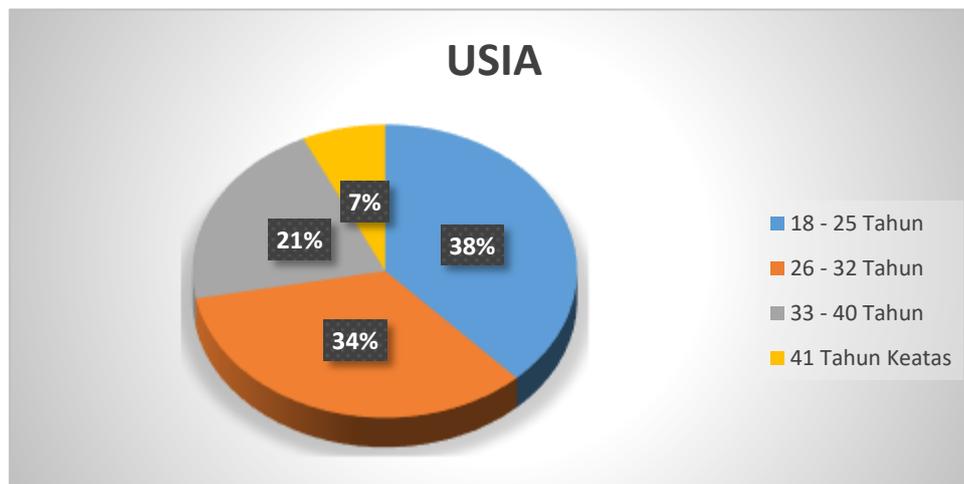
- pengunjung sehingga tingkat kepuasannya cenderung tinggi. Pada kuadran ini, atributnya harus dipertahankan.
3. Kuadran III (memprioritas menengah ke bawah) yang menampilkan atribut yang dianggap oleh pengunjung kurang penting dan juga kinerja yang dari atribut masih kurang dari apa yang di harapkan pengunjung. Pada kuadran ini, peningkatan atribut masih perlu di pertimbangkan walaupun menurut pengunjung dianggap tidak begitu penting.
  4. Kuadran IV (mengurangi perhatian) yang menampilkan atribut yang di anggap oleh pengunjung kurang penting tetapi pada kenyataannya kinerja pada atribut ini terlalu baik yang menyebabkan ada persepsi berlebihan oleh pengunjung. Pada kuadran ini, perlu perhatian lebih agar tetap terjaga efisiensinya.

### Hasil dan Pembahasan

Wisatawan yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu wisatawan nusantara yang datang berkunjung ke kawasan wisata jam gadang Bukittinggi untuk tujuan berlibur dan bertamasya. Karakteristik wisatawan nusantara dibedakan berdasarkan daerah asal, usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, kunjungan bersama dan jumlah kunjungan ke kawasan wisata jam gadang Bukittinggi.

#### *Karakteristik Responden Berdasarkan Usia*

Salah satu karakteristik responden pada kuesioner ini adalah usia. Usai wisatawan nusantara yang menjadi responden pada penelitian ini diklasifikasikan dalam empat kelompok usia. Untuk lebih rinci dapat dilihat dalam **Gambar 3** berikut.



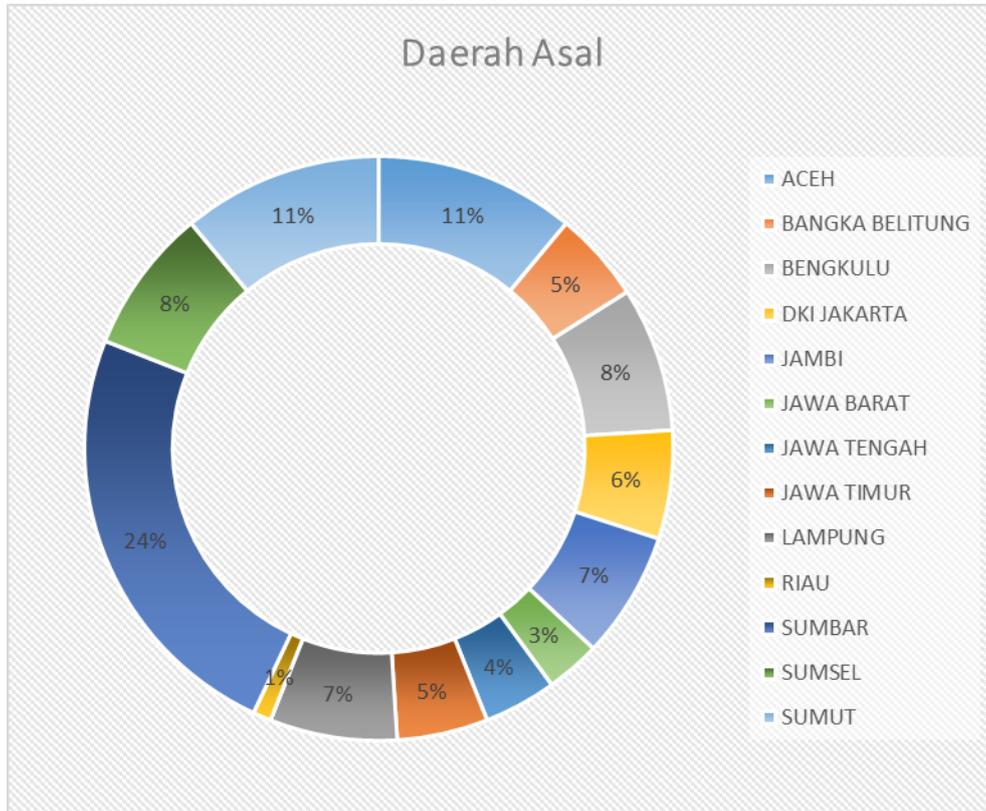
**Gambar 3.** Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan kelompok usia, responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang (38%) berada pada kelompok usia 18 – 25 Tahun, (34%) berada pada kelompok 26 – 32 Tahun, (21%) berada pada kelompok usia 33 – 40 Tahun dan (7%) pada kelompok usia diatas 41 Tahun keatas, hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang mengunjungi kawasan wisata jam gadang Bukittinggi didominasi oleh wisatawan yang berusia produktif.



**Karakteristik Responden Berdasarkan Asal**

Wisatawan yang menjadi responden pada penelitian ini berasal dari beberapa daerah di Indonesia. Namun demikian, karakteristik responden berdasarkan asal ini dikelompokkan berdasarkan Provinsi. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada **Gambar 4** dibawah.



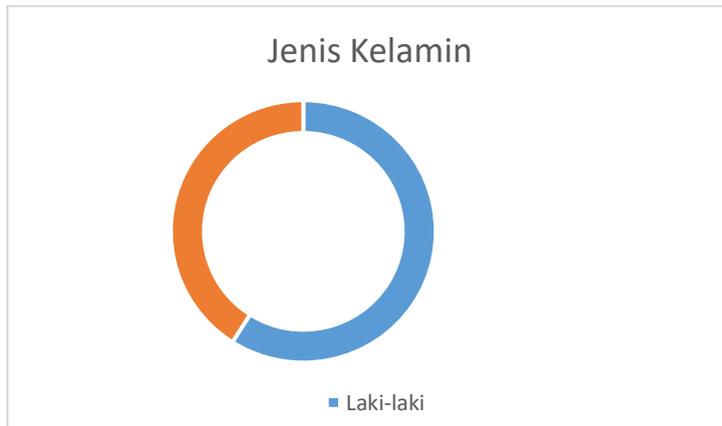
**Gambar 4.** Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal

Berdasarkan daerah asal wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian ini masih di dominasi wisatawan yang berasal dari Provinsi Sumatera Barat sebanyak (24%), selanjutnya Provinsi Sumatera Utara (11%), Provinsi Aceh (11%), Provinsi Bengkulu (8%), Provinsi Sumatera Selatan (8%), Provinsi Jambi (7%), Provinsi Lampung (7%), DKI Jakarta (6%) disusul dengan Bangka Belitung, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat dan Riau sebsar (5%,5%,4%,3%,1%).

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Salah satu karakteristik responden pada kuesioner penelitian ini adalah jenis kelamin, berikut untuk lebih jelasnya pada **Gambar 5** dibawah.

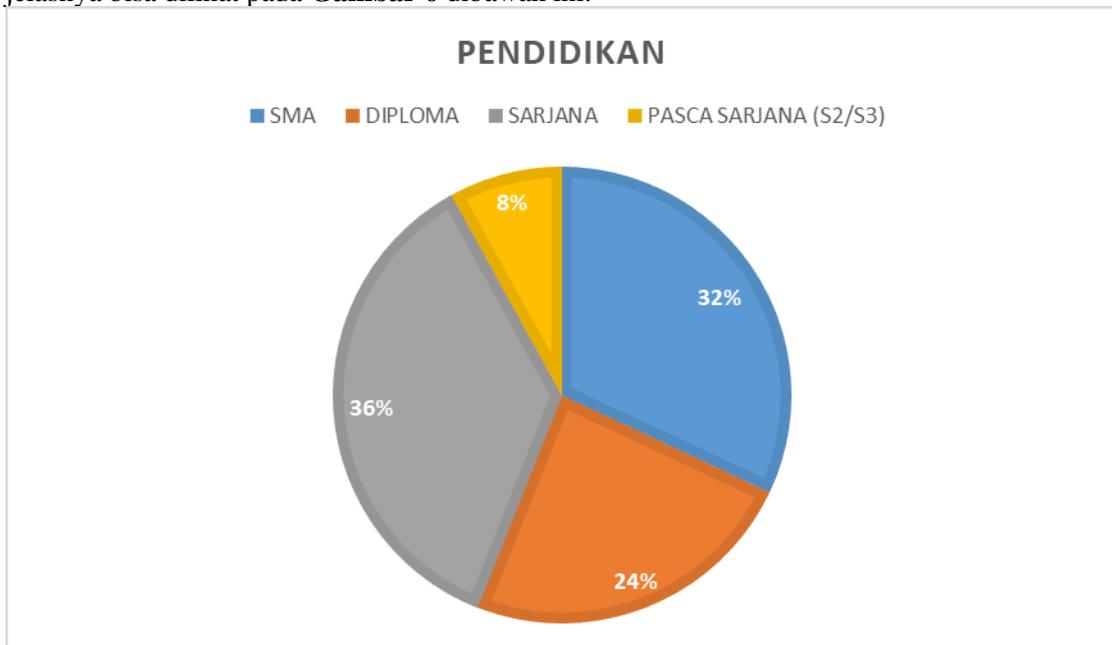
Berdasarkan jenis kelamin, responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 59% dan Perempuan sebanyak 41%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perselisihan yang sedikit antara responden laki-laki dengan responden perempuan.



**Gambar 5.** Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

***Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan***

Salah satu karakteristik responden pada kuesioner ini adalah Pendidikan terakhir. Pada karakteristik ini di klasifikasikan menjadi empat kelompok pendidikan. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada **Gambar 6** dibawah ini.



**Gambar 6.** Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

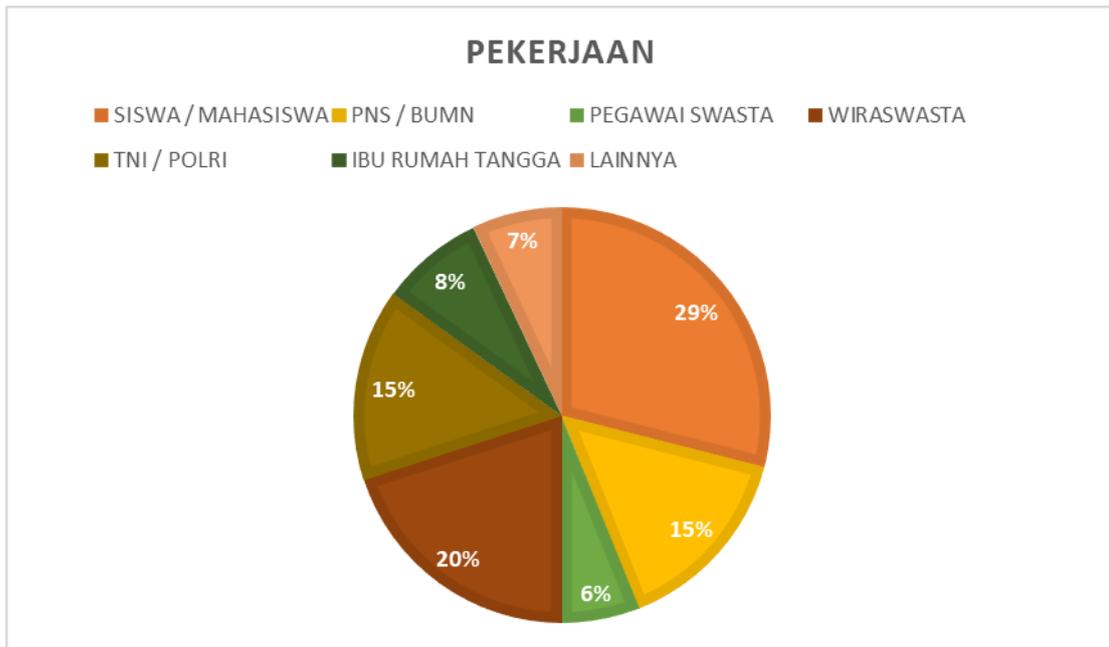
Berdasarkan kelompok Pendidikan terakhir, responden yang berjumlah 100 orang ini di dominasi pada pendidikan terakhir tingkat Sarjana sebesar (36%) selanjutnya ada pendidikan terakhir SMA sebesar (32%) disusul dengan Diploma sebesar (24%) dan yang terakhir pendidikan Pasca Sarjana (S2/S3) sebesar (8%). Hal ini menunjukkan bahwa



wisatawan yang berkunjung pada kawasan wisata jam gadang Bukittinggi yang dijadikan responden memiliki latar belakang pendidikan yang cukup baik.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Responden dalam penelitian ini memiliki jenis pekerjaan yang beragam mulai dari Siswa SMA / Mahasiswa, PNS / BUMN, Pegawai Swasta, Wiraswasta, TNI / POLRI, Ibu Rumah Tangga dan lainnya, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Gambar 7**.



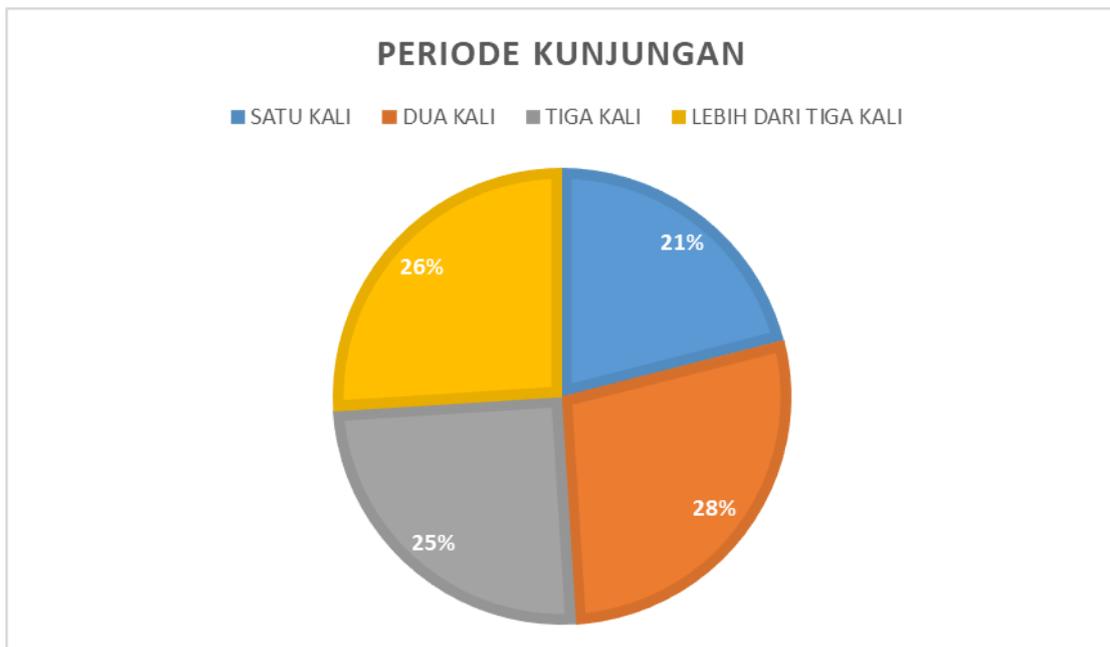
**Gambar 7.** Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden dalam penelitian di dominasi oleh Siswa / Mahasiswa dengan persentase sebesar (29%), selanjutnya ada Wiraswasta sebesar (20%), PNS / BUMN sebesar (15%), TNI / POLRI sebesar (15%), Ibu Rumah Tangga sebesar (8%), Pekerjaan lainnya sebesar (7%) dan Pegawai Swasta sebesar (6%).

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan**

Jumlah kunjungan merupakan salah satu karakteristik yang diisi oleh responden pada kuesioner yang diberikan. Jumlah kunjungan merupakan aspek mengenai berapa kali responden yang bersangkutan pernah mengunjungi kawasan wisata jam gadang Bukittinggi. Persentase jumlah kunjungan dapat dilihat lebih jelas pada **Gambar 8** dibawah.

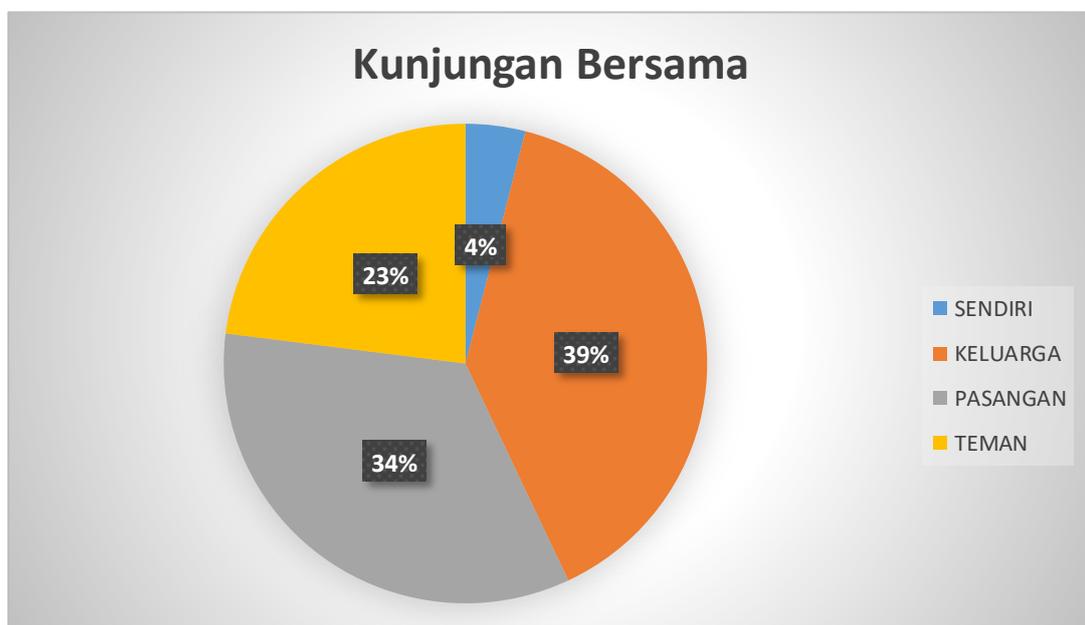
Berdasarkan jumlah periode kunjungan, sebanyak (28%) pernah berkunjung sebanyak dua kali, selanjutnya (26%) pernah berkunjung lebih dari tiga kali, (25%) pernah berkunjung sebanyak tiga kali dan (21%) berkunjung untuk pertama kalinya ke kawasan wisata jam gadang Bukittinggi.



**Gambar 8.** Karakteristik Responden Berdasarkan Periode Kunjungan

***Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Bersama***

Berdasarkan data kunjungan bersama responden dalam penelitian ini mengunjungi kawasan wisata jam gadang Bukittinggi bersama keluarga, pasangan, teman maupun sendiri. Berikut untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Gambar 9** dibawah ini.



**Gambar 9.** Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Bersama

Berdasarkan data kunjungan bersama responden dalam penelitian ini memilih datang bersama keluarga sebanyak (39%) datang bersama pasangan sebanyak (34%) datang bersama teman sebanyak (23%) dan hanya (4%) yang datang seorang diri.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2017 by author and Universitas Negeri Padang.

**Hasil Uji Validitas dan Realibitas Instrumen Penelitian**

Uji validitas dan realibitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi SPSS 25. Hasil uji validitas instrumen terhadap 23 indikator disajikan pada **Tabel 1**.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Indikator	Nilai	Keterangan
X1.1	Kemenarikan	0.502	Valid
X1.2	Variasi Aktivitas	0.639	Valid
X1.3	Kebersihan	0.658	Valid
X1.4	Kenyamanan	0.590	Valid
X1.5	Keamanan	0.556	Valid
X2.1	Tersedia toko souvenir	0.535	Valid
X2.2	Tersedia tempat makan	0.727	Valid
X2.3	Kemudahan melakukan registrasi	0.704	Valid
X2.4	Kenyamanan Toilet Umum	0.733	Valid
X2.5	Kemudahan pembayaran	0.507	Valid
X2.6	Kenyamanan Tempat parkir	0.778	Valid
X2.7	Ketersediaan Papan Informasi	0.768	Valid
X2.8	Kenyamanan Tempat Ibadah	0.855	Valid
X3.1	Kemudahan Mendapatkan Informasi	0.792	Valid
X3.2	Tersedia Petunjuk Jalan	0.721	Valid
X3.3	Ketersediaan Transportasi Umum	0.822	Valid
X3.4	Kemudahan Akses menuju Lokasi	0.829	Valid
X3.5	Kondisi Infrastruktur Jalan menuju Lokasi	0.779	Valid
X4.1	Sikap penduduk setempat	0.743	Valid
X4.2	Keramahmatan karyawan	0.502	Valid
X4.3	Sikap pedagang souvenir	0.639	Valid
X5.1	Harga Tiket Masuk	0.733	Valid
X5.2	Harga Makanan dan Minuman	0.507	Valid
X5.3	Harga Souvenir	0.822	Valid

Sumber: Data primer dan diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan hasil analisis terhadap 24 indikator yang digunakan, semua memiliki nilai diatas 0,388 yang berarti semua indikator dinyatakan valid. Selanjutnya dilakukan uji realibitas terhadap 24 indikator tersebut. Untuk hasil uji realibitas terhadap 24 indikator disajikan pada **Tabel 2**.

**Tabel 2.** Hasil Uji Realibitas 24 Indikator

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.951	24

Sumber: Data Primer dan diolah, 2023

Hasil uji realibitas terhadap 24 indikator menunjukkan nilai 0,951 yang melebihi ketentuan sehingga instrumen sudah reliable dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian

**Analisis IPA ( Importance Performance Analysis )**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan berdasarkan kepentingan ( *Importance* ) dan kinerja ( *Performance* ) produk wisata pada kawasan wisata jam gadang Bukittinggi. Hasil dari analisis ini terbagi kedalam empat kuadran,

pada setiap kuadran akan menunjukkan hasil dari kinerja dan kepentingan pada produk wisata di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi sehingga pengelola dapat menentukan prioritas perbaikan dalam kawasan tersebut.

### ***Menghitung Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Setiap Item***

Langkah kedua yaitu menghitung rata-rata tingkat kepentingan ( *Importance* ) dan tingkat kinerja ( *performance* ) pada setiap item produk wisata pada kawasan wisata jam gadang Bukittinggi. Adapun hasil dari penghitungannya disajikan pada Tabel 5.3 berikut:

**Tabel 3.** Hasil Perhitungan Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Setiap Item

Indikator	Kode	Rata-rata Kepentingan	Rata-rata Kinerja	GAP
Kemenarikan	X1.1	4.11	3.73	-0,38
Variasi Aktivitas	X1.2	4.09	3.65	-0,44
Kebersihan	X1.3	4.46	3.44	-1,02
Kenyamanan	X1.4	4.18	3.51	-0,67
Keamanan	X1.5	4.28	3.3	-0,98
Tersedia toko souvenir	X2.1	3.78	3.03	-0,75
Tersedia tempat makan	X2.2	3.59	2.95	-0,64
Kemudahan melakukan registrasi	X2.3	4.13	3.3	-0,83
Kenyamanan Toilet Umum	X2.4	4.24	3.54	-0,7
Kemudahan pembayaran	X2.5	3.71	3.27	-0,44
Kenyamanan Tempat parkir	X2.6	3.93	2.72	-1,21
Ketersediaan Papan Informasi	X2.7	3.84	3.28	-0,56
Kenyamanan Tempat Ibadah	X2.8	4.03	2.51	-1,52
Kemudahan Mendapatkan Informasi	X3.1	4.07	2.8	-1,27
Tersedia Petunjuk Jalan	X3.2	3.82	2.92	-0,9
Ketersediaan Transportasi Umum	X3.3	3.89	3.03	-0,86
Kemudahan Akses menuju Lokasi	X3.4	4.03	3.29	-0,74
Kondisi Infrastruktur Jalan menuju Lokasi	X3.5	4.2	3.1	-1,1
Sikap penduduk setempat	X4.1	4.21	3.24	-0,97
Keramahtamahan karyawan	X4.2	4.11	3.73	-0,38
Sikap pedagang souvenir	X4.3	4.09	3.65	-0,44
Harga Tiket Masuk	X5.1	4.24	3.54	-0,7
Harga Makanan dan Minuman	X5.2	3.71	3.27	-0,44
Harga Souvenir	X5.3	3.89	3.03	-0,86
Total		4.026	3.243	

Sumber : Data Primer dan diolah, 2023

Setelah dilakukan penghitungan, didapatkan nilai rata-rata tingkat kepentingan ( *Importance* ) sebesar 4.026 dan nilai rata-rata tingkat kinerja ( *Performance* ) sebesar 3.243 dari produk wisata pada kawasan wisata jam gadang Bukittinggi. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai rata-rata kinerja lebih kecil dari pada nilai rata-rata



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2017 by author and Universitas Negeri Padang.

kepentingan sehingga menyebabkan gap yang cukup signifikan. Hal ini juga menandai bahwa wisatawan yang berkunjung merasa tidak puas ketika berada di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi. Hasil dari perhitungan nilai rata-rata kinerja dan kepentingan ini akan menjadi nilai tengah pada pembuatan diagram kartesius pada analisis IPA (*Importance Performance Analysis*).

**Tingkat Kesesuaian Kepentingan dan Tingkat Kinerja**

**Tabel 4.** Tingkat Kesesuaian Kepentingan dan Kinerja Produk Wisata di Kawasan Wisata Jam Gadang Bukittinggi

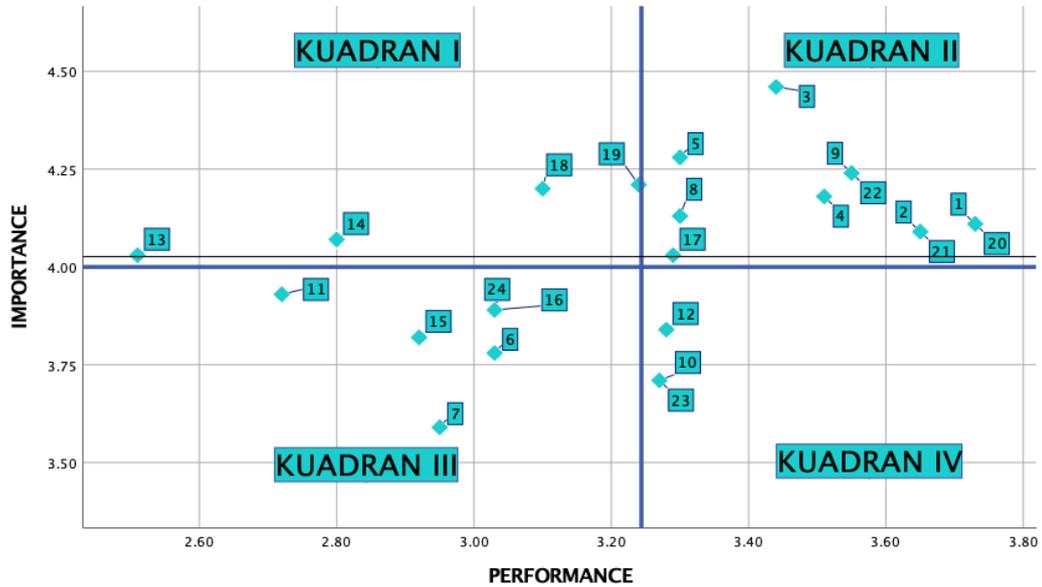
Indikator	Kode	Importance	Performance	Tingkat Kesesuaian (Tki)(%)
Kemenarikan	X1.1	411	373	90.75%
Variasi Aktivitas	X1.2	409	365	89.24%
Kebersihan	X1.3	446	344	77.13%
Kenyamanan	X1.4	418	351	83.97%
Keamanan	X1.5	428	330	77.1%
Tersedia toko souvenir	X2.1	378	303	80.16%
Tersedia tempat makan	X2.2	359	295	82.17%
Kemudahan melakukan registrasi	X2.3	413	330	79.9%
Kenyamanan Toilet Umum	X2.4	424	351	82.78%
Kemudahan pembayaran	X2.5	371	327	88.14%
Kenyamanan Tempat parkir	X2.6	393	272	69.21%
Ketersediaan Papan Informasi	X2.7	384	328	85.42%
Kenyamanan Tempat Ibadah	X2.8	403	251	62.28%
Kemudahan Mendapatkan Informasi	X3.1	407	280	68.6%
Tersedia Petunjuk Jalan	X3.2	382	292	76.44%
Ketersediaan Transportasi Umum	X3.3	389	303	77.89%
Kemudahan Akses menuju Lokasi	X3.4	403	329	81.64%
Kondisi Infrastruktur Jalan menuju Lokasi	X3.5	420	310	73.81%
Sikap penduduk setempat	X4.1	421	324	76.96%
Keramahtamahan karyawan	X4.2	411	373	90.75%
Sikap pedagang souvenir	X4.3	409	365	89.24%
Harga Tiket Masuk	X5.1	424	351	82.78%
Harga Makanan dan Minuman	X5.2	371	327	88.14%
Harga Souvenir	X5.3	389	303	77.89%
Total		9663	7777	80.48%

Sumber : Data Primer dan diolah, 2023

Hasil penghitungan tingkat kesesuaian kepentingan dan kinerja produk wisata di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi yaitu sebesar 80.48% hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai Tki < 100% yang artinya kinerja produk wisata di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi tidak memuaskan untuk wisatawan yang datang berkunjung.

**Kinerja Produk Wisata Kawasan Wisata Jam Gadang Bukittinggi**

Diagram Kartesius ini dibuat berdasarkan dari hasil perhitungan nilai rata-rata tingkat kinerja dan kepentingan pada produk wisata untuk mengetahui dimana letak masing-masing indikator pada kuadran 1,II,III dan IV. Analisis diagram kartesius dalam penelitian ini dibantu dengan aplikasi IBM SPSS 25. Untuk selanjutnya dapat dilihat pada **Gambar 10** berikut:



**Gambar 10.** Diagram Kartesius IPA Produk Wisata di Kawasan Wisata Jamgadang Bukittinggi

Keterangan:

**Tabel 5.** Keterangan Diagram Kartesius

Kemenaarikan	1
Variasi Aktivitas	2
Kebersihan	3
Kenyamanan	4
Keamanan	5
Tersedia toko souvenir	6
Tersedia tempat makan	7
Kemudahan melakukan registrasi	8
Kenyamanan Toilet Umum	9
Kemudahan pembayaran	10
Kenyamanan Tempat parkir	11
Ketersediaan Papan Informasi	12
Kenyamanan tempat ibadah	13
Kemudahan Mendapatkan Informasi	14
Tersedia Petunjuk Jalan	15
Ketersediaan Trasnportasi Umum	16
Kemudahan Akses menuju Lokasi	17
Kondisi Infrastruktur Jalan menuju Lokasi	18
Sikap penduduk setempat	19
Keramahtamahan karyawan	20



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2017 by author and Universitas Negeri Padang.

Sikap pedagang souvenir	21
Harga Tiket Masuk	22
Harga Makanan dan Minuman	23
Harga Souvenir	24

Berdasarkan gambar 5.8 pada diagram kartesius tersebut dapat dilihat indikator-indikator yang mempengaruhi kepuasan wisatawan pada produk wisata di Kawasan Wisata Jam Gadang Bukittinggi terbagi pada empat kuadran.

#### ***Kuadran I***

Indikator yang termasuk dalam Kuadran I ini adalah indikator-indikator yang dianggap penting oleh wisatawan tetapi belum memberikan kinerja yang baik. Kinerja indikator pada kuadran ini masih tergolong rendah sehingga belum dapat memuaskan wisatawan yang berkunjung ke Kawasan wisata jam gadang Bukittinggi. Adapun indikator yang masuk kedalam kuadran I ialah: (13) Kenyamanan tempat ibadah, (14) Kemudahan Informasi (18) Kondisi infrastruktur jalan menuju lokasi, (19) Sikap penduduk setempat.

#### ***Kuadran II***

Indikator yang termasuk dalam kuadran II ini adalah indikator-indikator yang dianggap penting bagi wisatawan dan indikator-indikator tersebut sudah memiliki kinerja yang baik. Indikator pada kuadran II ini memiliki kinerja yang bagus yang sesuai dengan harapan wisatawan sehingga memenuhi kepuasannya. Kinerja bagus dari indikator ini merupakan kekuatan dari kawasan wisata jam gadang Bukittinggi sehingga harus dipertahankan kinerjanya. Terdapat 11 indikator yang termasuk dalam kuadran II ialah: (1) Kemenarikan , (2) Variasi Aktivitas, (3) Kebersihan, (4) Kenyamanan, (5) Keamanan, (8) Kemudahan melakukan registrasi , (9) Kenyamanan toilet umum, (17) Kemudahan Akses menuju lokasi, (20) Keramahtamahan karyawan, (21) Sikap pedagang souvenir , (22) Harga tiket masuk.

#### ***Kuadran III***

Kuadran III memuat indikator yang kurang dianggap penting oleh wisatawan dan juga pada kenyataan indikator pada kuadran ini memiliki kinerja yang kurang baik. Indikator pada kuadran ini memiliki pengaruh relatif yang rendah terhadap kepuasan wisatawan. Indikator dalam kuadran ini tidak termasuk ke dalam prioritas perbaikan kinerja yang tinggi, terdapat 6 indikator termasuk dalam kuadran III ialah: (6) Tersedia toko souvenir, (7) tersedia tempat makan, (11) kenyamanan tempat parkir, (15) tersedia petunjuk jalan, (16) Ketersediaan Transportasi Umum (24) harga souvenir.

#### ***Kuadran IV***

Kuadran IV memuat indikator yang dianggap kurang penting bagi wisatawan namun sudah dijalankan dengan sangat baik sehingga terkesan berlebihan. Adapun indikator pada kuadran ini sebanyak tiga ialah: (10) kemudahan pembayaran, (12) ketersediaan papan informasi, (23) harga makanan dan minuman.

#### ***Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Jam Gadang Bukittinggi***

Penentuan strategi pengembangan kawasan wisata jam gadang Bukittinggi didasari oleh hasil matrik diagram kartesius *Importance Performance Analysis*. Diagram ini digunakan untuk menentukan prioritas pengembangan berdasarkan kinerja masing-masing elemen pada kuadran I, II, III dan kuadran IV.

Adapun hasil dari analisis matrik diagram kartesisus pada (gambar 5.8) berikut adalah strategi pengembangan yang perlu di pertimbangkan untuk dilakukan yang mana dapat meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan.

1. Strategi Pengembangan pada Kuadran I

a. **Upaya meningkatkan kualitas tempat ibadah.**

Tempat ibadah merupakan salah satu yang menjadi bagian penting bagi masyarakat, maka dari itu pengelola harusnya menaruh perhatian terhadap fasilitas tersebut agar wisatawan dapat menjalankan ibadahnya dengan nyaman ketika sedang melakukan kegiatan wisata.

b. **Upaya meningkatkan kemudahan informasi.**

Kemudahan informasi adalah salah satu yang dianggap penting oleh wisatawan ketika akan berkunjung ke suatu destinasi wisata, sehingga pengelola dalam hal ini harus menyediakan informasi semudah mungkin sehingga dapat terjangkau dari semua kalangan wisatawan.

c. **Upaya meningkatkan kondisi infrastruktur jalan menuju lokasi.**

Infrastruktur jalan merupakan salah satu faktor penentu untuk wisatawan dapat menjangkau lokasi suatu destinasi wisata. Pengelola dalam hal ini harus banyak mengkoordinasikan dengan dinas / pemerintah terkait untuk meningkatkan infrastruktur jalan menuju destinasi tersebut. Kemudahan akses menjadi salah satu kunci wisatawan bisa mudah menjangkau suatu destinasi, akses infrastruktur jalan yang baik akan menambahkan kunjungan wisatawan terhadap destinasi.

d. **Sikap penduduk setempat.**

Keramahtamahan merupakan salah satu inti dari pariwisata itu sendiri, pengelola destinasi pun harus memperhatikan kondisi sosial disekitaran destinasi wisata tersebut untuk menunjang terselenggarakannya pariwisata yang dapat memuaskan wisatawan. Pengelola harus memberikan pelatihan keramahtamahan pada penduduk setempat dimana destinasi tersebut berada.

2. Strategi Pengembangan pada Kuadran II

a. **Mempertahankan aspek kemenarikan.**

Kemenarikan adalah faktor penting bagi wisatawan ketika memilih suatu destinasi wisata untuk dikunjungi. Kemenarikan ini bisa menjadi buatan ataupun alami, di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi tentu Jam Gadang tersebut yang menjadi ikon kemenarikannya, sehingga pengelola harus bisa mempertahankannya baik dari aspek bangunan, kebersihan, keaslian dan sejarahnya.

b. **Mempertahankan aspek variasi atraksi.**

Keberagaman atraksi merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi memiliki beberapa varian atraksi wisata seperti wisata sejarah, wisata kuliner dan wisata budaya. Pengelola harus bisa memaksimalkan keberagaman atraksi yang ada untuk kepuasan wisatawan yang berkunjung sehingga tidak ada kejenuhan yang di temui oleh wisatawan ketika berkunjung ke kawasan wisata jam gadang bukittinggi.

c. **Memaksimalkan aspek Kebersihan.**

Kebersihan merupakan salah satu faktor yang banyak disoroti oleh wisatawan, tempat yang kotor berserakan sampah akan memberikan dampak ketidaknyamanan pengunjung pada destinasi tersebut. Pengelola kawasan wisata jam gadang bukittinggi harus bisa memaksimalkan lagi pengelolaan kebersihan ini dimulai dari memperbanyak tempat sampah di beberapa titik, dan juga memberikan pelatihan pada warga sekitar dan juga para pedagang di sekitar untuk lebih sadar terhadap lingkungan.



- d. **Mempertahankan aspek kenyamanan dan keamanan.**

Kenyamanan dan keamanan merupakan salah satu faktor yang berkaitan satu sama lain bagi wisatawan ketika melakukan kegiatan wisata di suatu destinasi. Pengelola dalam hal ini harus bisa mempertahankan dan memaksimalkan kenyamanan dan keamanan yang telah di dapatkan oleh wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata jam gadang bukittinggi dengan menambah petugas pengaman yang berjaga di sekitar kawasan wisata jam gadang bukittinggi, pengelola pun bisa memperbaiki atau menambah tempat-tempat duduk untuk memberikan kenyamanan pada wisatawan jika di destinasi tersebut sedang penuh dengan pengunjung.
  - e. **Memaksimalkan aspek kenyamanan toilet umum.** Toilet umum merupakan salah satu faktor yang dianggap kecil tetapi memberikan makna yang mendalam bagi wisatawan yang berkunjung. memberikan kenyamanan pada wisatawan saat berada di toilet umum sangatlah penting, sehingga pengelola bisa memaksimalkan pengoperasian toilet umum ini untuk pengunjung, pengelola bisa menambah pegawai kebersihan untuk toilet umum ini sehingga performa kebersihan dan kenyamanannya bisa selalu dipantau dan dijaga agar tidak turun.
  - f. **Mempertahankan aspek kemudahan akses menuju lokasi.**

Kemudahan akses menuju lokasi adalah salah satu kunci untuk mendatangkan wisatawan dalam jumlah banyak. Pengelola harus mempertahankan hal tersebut dan apabila memungkinkan meningkatkannya seperti menambah penunjuk jalan menuju lokasi kawasan wisata jam gadang Bukittinggi.
  - g. **Memaksimalkan aspek Keramah tamahan karyawan dan sikap pedagang souvenir.**

Keramahtamahan merupakan salah satu inti dari dunia pariwisata, sehingga sudah sepatut nya karyawan atau pedagang souvenir disekitaran kawasan wisata jam gadang Bukittinggi memberikan pelayanan atau keramahan terhadap wisatawan. Bagi pengelola harus selalu meningkatkan aspek tersebut demi kepuasan wisatawan yang berada di destinasi tersebut.
  - h. **Memaksimalkan harga tiket masuk.**

Harga tiket masuk adalah salah satu faktor wisatawan akan memperoleh kepuasan ketika berkunjung pada suatu destinasi. Bukan hanya murah atau tidak murah, tetapi apakah uang yang dibayarkan sesuai dengan apa yang wisatawan dapatkan disitu lah wisatawan akan puas atau tidak. Sehingga pengelola tidak perlu ragu bila harga tiket masuk dinaikan selama itu sejalan dnegan apa yang diberikan oleh pengelola terhadap wisatawan.
3. Strategi Pengembangan pada Kuadran III
    - a. **Mengupayakan ketersediaan toko souvenir atau oleh-oleh yang tertata rapi di satu area.**

Toko souvenir adalah salah satu aspek amenitas pada pengembangan sebuah destinasi wisata. Wisatawan yang berkunjung pada umumnya akan memerlukan cinderamata untuk dibawa pulang sebagai tanda sudah berkunjung pada suatu destinasi dan sekaligus menjadi hadiah untuk teman, keluarga ataupun koleganya.
    - b. **Menata kembali tempat makan di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi.**

Ketersediaan tempat makan adalah faktor penting ketika wisatawan berkunjung pada suatu destinasi. Keteraturan dari penataan tempat makan pada suatu destinasi wisata akan memudahkan wisatawan untuk mendapatkannya, dan tersedianya keberagaman pilihan makanan akan menjadikan wisatawan memiliki beberapa pilihan untuk menyesuaikan dengan seleranya.
    - c. **Mengupayakan tempat parkir dan ketersediaan petunjuk jalan.**

Tempat parkir menjadi salah satu alasan wisatawan tidak jadi berkunjung, pengelola harus lebih memperhatikan ketika akhir pekan atau hari libur datang

mengenai kenyamanan tempat parkir untuk wisatawan di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi sehingga ketika wisatawan melonjak dapat terakomodir dengan baik, begitupun pengelola harus mengupayakan dengan dinas-dinas terkait untuk ketersediaan petunjuk jalan menuju destinasi tersebut.

- d. **Mengupayakan ketersediaan transportasi umum.**  
Transportasi umum bukan menjadi pilihan utama mayoritas pengunjung di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi, pengelola harus lebih mengupayakan pada dinas-dinas terkait mengenai ketersediaan transportasi umum untuk mencapai destinasi tersebut. Atau pengelola bisa bekerjasama dengan beberapa perusahaan *Taxi Online* untuk membuka tempat *pick up point* di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi.
  - e. **Mengupayakan harga souvenir.**  
Harga souvenir yang terlampau tinggi menjadikan ketidakpuasan wisatawan ketika berbelanja oleh-oleh adapun kualitas yang diberikan tidak sebanding, belum lagi wisatawan yang dari luar Sumatera Barat mendapatkan diskriminasi harga. Pengelola harus memberikan pelatihan atau penyuluhan terhadap pedagang souvenir untuk bisa meningkatkan kualitas produknya atau tidak mematok harga yang terlampau tinggi, dan juga memberikan pengetahuan tidak boleh memberikan diskriminasi harga pada wisatawan manapun.
4. Strategi Pengembangan pada Kuadran IV
- a. **Menetapkan kemudahan pembayaran.**  
Pembayaran melalui metode *cashless* sudah umum dilakukan di suatu destinasi wisata sehingga wisatawan diberikan banyak pilihan untuk melakukan pembayaran. Pengelola harus segera menyediakan metode pembayaran lain selain dengan uang tunai.
  - b. **Ketersediaan papan informasi.**  
Informasi bagi wisatawan di dalam kawasan wisata jam gadang Bukittinggi menjadi penting sehingga wisatawan tidak akan kebingungan ketika berada di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi.
  - c. **Menyelaraskan persepsi untuk harga makanan dan minuman.**  
Pengelola harus mengambil sikap dalam penentuan harga makanan dan minuman di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi sehingga tidak akan ada diskriminasi harga dan persaingan harga yang tidak sehat.

## Kesimpulan

Indikator indikator yang mempengaruhi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata jam gadang bukittinggi di urutkan dari yang paling signifikan adalah kemenarikan, variasi aktivitas, kebersihan, kenyamanan, keamanan, kemudahan melakukan registrasi, kenyamanan toilet umum, kemudahan akses menuju lokasi, keramahan karyawan, sikap pedagang souvenir, harga tiket masuk. Kinerja produk wisata di kawasan wisata jam gadang bukittinggi tidak melebihi dari tingkat kepentingan wisatawan yang berkunjung, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa terdapat ketidakpuasan pada wisatawan. Strategi pengembangan produk wisata di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi sesuai dengan fokus kuadran yang sudah ditentukan pada pembahasan.

Pihak pengelola kawasan wisata jam gadang Bukittinggi diharapkan melakukan pengembangan pada produk wisata pada kawasan wisata jam gadang Bukittinggi dilandaskan atas tingkat kepentingan wisatawan dan juga kepuasannya. Pihak pengelola dan stakeholders diharapkan segera melaksanakan upaya-upaya peningkatan kinerja dari elemen produk wisata di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi yang masih terdapat gap



cukup jauh dengan tingkat kepentingan wisatawan yang sudah berkunjung. Menjadikan penelitian ini sebagai salah satu referensi dan pertimbangan untuk pengelola dan beberapa stakeholder lainnya untuk dapat memperbaiki dan meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan dan arahan dari pengembangan produk wisata yang ada di kawasan wisata jam gadang Bukittinggi.

## Reference

- Baharuddin, A., & Rozak, H. A. (2016). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Daya Tari Wisata Malioboro Kota Yogyakarta. *Jurnal Ad'ministrare*, 3(2), 107–112.
- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Dinamika Kepariwisata*, 11(2), 1–12.
- Campdesuner, P. ., Vidal, G. G., Rodriguez, A. S., & Vivar, R. M. (2017). Structural Equation Model: Influence on Tourist Satisfaction with Destination Attributes. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 23(2), 219–233.
- Chand, M., & Kumar, S. (2017). Investigating Holiday Satisfaction Of Chinese and Japanese Tourists Visiting India. *International Journal Of Hospitality and Tourism System*, 10(2), 68–78.
- Corte, V. D., Sciarelli, M., Cacella, C., & Gaudio, G. Del. (2015). Costumer Satisfaction in Tourist Destination: The Case Of Tourism Offer in The City Of Naples. *Journal of Invesment and Management*, 4(1), 39–50.
- Kalebos, F. (2016). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Edisi Khusus Pemasaran Dan Keuangan*, 4(3), 489–502.
- Kotler, P., & Kevin L, K. (2009). *Marketing Management 13th Edition*. Pearson Education, Inc All.
- Negara, I. M. W. S., Sudiarta, I. N., & Suardana, I. W. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Berkunjung di Serangan Denpasar Bali. *Jurnal Magister Pariwisata*, 6(1), 125–140.
- Nisco, D. N., Riviezzo, A., & Napolitano, M. R. (2015). An Importance-Performance Analysis of Tourist Satisfaction at Destination Level: Evidence fro Campania Italy. *European Journal of Tourism Research*, 10, 64–71.
- Oktaviani, R. ., & Suryana, R. N. (2006). Analisis Kepuasan Pengunjung fan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro (studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor). *Jurnal Agro Ekonomi*, 24(1), 41–58.
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Consumer Satisfaction*. Gramedia Pustaka Utama.
- Razovic, M. (2013). Sustainable Development And Level of Satisfaction with Elements of Tourist Offer of Destination. *Tourism In Southern And Eastern Europe*, 185–371.
- Sudiarta, I. N., & Karini, N. M. O. (2017). Perception of Travel Bureau, Destiantion Satisfaction and Intention Behaviour of Foreign Tourist in Bali. *Phnranakhon Rajabhat Research Journal (Humanities and Social Scienties)*, 12(2), 1–14.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset.