

## PENGARUH KUALITAS PRODUK WISATA TERHADAP MINAT KUNJUNG KEMBALI Studi Kasus Di Objek Wisata Air Terjun Sri Gethuk

Aisha Astriecia<sup>1\*</sup>, Tegar Julianto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi Destinasi Pariwisata, Universitas Teknologi Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia,  
Email: <sup>1</sup> [aisha.astriecia@gmail.com](mailto:aisha.astriecia@gmail.com); <sup>2</sup> [tegarjulianto83@gmail.com](mailto:tegarjulianto83@gmail.com)

\*Penulis Korespondensi: Aisha Astriecia

---

### ABSTRAK

#### Sejarah Artikel

**Dikirim:**  
13 Februari 2024  
**Ditinjau:**  
28 Juni 2024  
**Diterima:**  
4 Juli 2024  
**Diterbitkan:**  
4 Juli 2024

Air Terjun Sri Gethuk merupakan salah satu objek wisata berkembang di Kabupaten Gunung Kidul. Objek wisata ini sempat mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang signifikan. Namun pengelola melakukan beberapa perbaikan guna meningkatkan kembali jumlah kunjungannya. Variabel produk wisata yang ditingkatkan oleh pengelola diantaranya atraksi, fasilitas, dan pelayanan sedangkan aksesibilitas bekerjasama dengan pihak terkait. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk melihat tingkat respon wisatawan terhadap produk wisata yang nantinya berpengaruh terhadap kepuasan serta minat kunjung kembali. Wisatawan yang datang ke objek wisata ini memberikan penilaian yang positif terhadap kualitas produk wisata. Hal tersebut kemudian berdampak pada rasa puas dari wisatawan, sehingga wisatawan yang merasa puas memiliki minat untuk datang kembali di lain waktu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa respon positif wisatawan terhadap produk wisata dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Wisatawan yang merasa puas cenderung memiliki keinginan untuk kembali menikmati objek wisata tersebut.

**Kata kunci:** kunjungan kembali; kepuasan wisatawan; produk wisata; objek wisata; pariwisata

---

### ***THE EFFECT OF THE QUALITY OF TOURISM PRODUCTS ON THE INTEREST IN RETURNING VISITS***

#### ***Case Study at Air Terjun Sri Gethuk***

### **ABSTRACT**

*Air Terjun Sri Gethuk is one of the developing tourist attractions in Gunung Kidul Regency. This tourist attraction had experienced a significant decrease in the number of tourist visits. However, the manager made some improvements to increase the number of visits. The variables of tourism products improved by the manager include attractions, facilities, and services while accessibility in collaboration with related parties. This study uses a quantitative descriptive approach to see the level of tourist response to tourism products that affect satisfaction and interest in returning visits. Tourists who come to this attraction give a positive assessment of the quality of tourist products. This then has an impact on the satisfaction of tourists, so that satisfied tourists have an interest in coming back at a later time. So it can be concluded that the positive response of tourists to tourism products can increase tourist satisfaction. Satisfied tourists tend to have a desire to return to enjoy the attraction.*

Kata Kunci : returning visits; tourist satisfaction; tourism product; tourism

---

---

## PENDAHULUAN

Kabupaten Gunungkidul merupakan salah satu kawasan dengan sektor pariwisata yang berkembang sangat pesat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sumber daya alam yang melimpah dan berpotensi untuk dijadikan pariwisata di Gunungkidul seperti pantai, gua, embung, air terjun, telaga dan gunung. Hal ini memberikan dampak positif khususnya untuk mendorong sektor perekonomian masyarakat sekitar dengan memanfaatkan kondisi alam yang sudah ada ini. Gunungkidul mempunyai banyak obyek wisata yang berbasis fenomena alam. Kawasan ini menyuguhkan panorama keindahan bebatuan karst dan pantai yang menawarkan berbagai pengalaman berkualitas tinggi kepada wisatawan. Pegunungan dan gua menjadi kawasan yang paling menarik karena di dalamnya terdapat sungai dan air terjun, salah satunya Air Terjun Sri Gethuk.

Air Terjun Sri Gethuk berada di Dusun Menggoran II, Kelurahan Bleberan, Kecamatan Playen, Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta. Objek Wisata Air Terjun Sri Gethuk merupakan objek wisata yang memiliki daya tarik khusus yaitu air terjun yang berada di tepi sungai Oyo dan aliran airnya berasal dari 3 mata air, yaitu mata air Ngandong, Dong Poh, dan Ngumbul. Aliran airnya terus mengalir sepanjang musim walaupun saat musim kemarau, sehingga air terjun ini dikenal sebagai air terjun yang tidak pernah kering. Bagian bawah air terjun terdapat kolam alami yang terbentuk dari derasnya air terjun. Wisatawan dapat bermain air maupun berenang di kolam tersebut, wisatawan juga dapat berenang di sungai Oyo, namun wajib menggunakan pelampung karena sungai tersebut memiliki kedalaman sampai dengan 5 meter. Selain itu, wisatawan diberikan dua opsi untuk sampai di air terjunnya, yaitu menggunakan jalur trekking (jalan kaki) atau menggunakan perahu kayu tradisional di Sungai Oyo yang memberikan pengalaman unik dan pemandangan alam sekitar yang indah kepada wisatawan.

Wisatawan yang berkunjung ke Air Terjun Sri Gethuk mengalami penurunan di tahun 2019. Pada tahun 2018 tercatat sebanyak 81.519 pengunjung sedangkan pada tahun 2019 mengalami penurunan yang signifikan menjadi 49.371 pengunjung. Menurut statistik yang diperoleh dari pengelola setempat, penurunan ini sudah terjadi secara signifikan sejak tahun 2015. Pada tahun 2020 destinasi wisata air terjun ini sempat ditutup permanen karena adanya pandemi Covid-19, kemudian buka lagi pada tahun 2021 dengan jumlah kunjungan sebanyak 2.000 wisatawan. Namun pada tahun 2022 jumlah kunjungan mengalami peningkatan yang cukup signifikan dengan total pengunjung mencapai 6.000 pengunjung. Peningkatan terus berlanjut pada tahun 2023 dengan jumlah pengunjung mencapai 15.000 di bulan Oktober.

Fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah lingkungan setempat (cuaca, keamanan, biaya, harga, akses, transportasi), *tourism resource* (keramahan, kejujuran, aktivitas/event yang ditawarkan, pemandangan alam), serta atmosfer dari destinasi wisata (kualitas layanan, berpetualang, reputasi, hambatan dengan bahasa warga sekitar, dan kenyamanan beristirahat) (Boit dan Doh, 2014). Pesatnya perkembangan objek wisata di Gunungkidul termasuk Objek Wisata Air Terjun Sri Gethuk. Pengelola objek wisata harus melakukan inovasi yang membuat objek wisata memiliki faktor penarik baru untuk wisatawan. Dalam menarik wisatawan dan mendapatkan peningkatan yang signifikan kunjungan wisatawan ke objek wisata tersebut, pengelola harus senantiasa melihat kualitas (Kotler & Armstrong, 2004). Dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang terus

meningkat sejak dibuka nya kembali pada tahun 2021, objek wisata Air Terjun Sri Gethuk juga terus meningkatkan kualitasnya guna untuk mempertahankan wisatawan agar tetap berkunjung ke objek wisata Air Terjun Sri. Penelitian ini dilakukan untuk melihat penilaian dari wisatawan terhadap produk wisata Air Terjun Sri Gethuk yang telah dilakukan pembaharuan sejak dibukanya kembali untuk wisata. Apabila upaya peningkatan kualitas produk wisata dinilai baik, maka meningkatkan kemungkinan minat kunjungan kembali oleh wisatawan. Hal tersebut menunjukkan keberhasilan pengelola dalam menjaga eksistensi sebagai objek wisata alam baru di Gunungkidul. Namun, apabila respon terhadap peningkatan produk wisata masih dinilai kurang baik, pengelola disarankan untuk melakukan evaluasi ulang agar keberlanjutan objek bisa tetap terjaga.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Produk Wisata

Produk wisata merupakan keseluruhan pelayanan yang diperoleh, dirasakan, dan atau dinikmati wisatawan sejak meninggalkan tempat tinggal sampai ke objek wisata, kemudian kembali kerumah semula (Suswantoro, 2007:75). Terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah destinasi wisata dalam mengembangkan potensi kepariwisataan yaitu daya tarik produk, aksesibilitas, fasilitas, dan pelayanan (Pitana dan Diarta, 2009). Daya tarik produk merupakan semua hal yang dapat ditawarkan guna memperoleh perhatian yang kemudian terjadi aktivitas pembelian (konsumsi) oleh pelanggan sesuai target pasar yang ditentukan (Tjiptono, 1997). Pembeli dalam konsep ini merupakan wisatawan yang memiliki ketertarikan pada sebuah produk wisata sampai dengan merealisasikannya dalam wujud perjalanan wisata. Komponen yang kedua adalah aksesibilitas. Aksesibilitas merupakan sarana dan prasarana yang disediakan guna memudahkan pergerakan wisatawan dalam suatu aktivitas wisata. Faktor-faktor penting dalam aspek aksesibilitas pariwisata diantaranya petunjuk arah, bandar udara, terminal, waktu yang dibutuhkan, biaya perjalanan dan frekuensi transportasi menuju tujuan wisata (Sunaryo, 2013). Komponen ketiga yaitu fasilitas yang merupakan sarana pendukung infrastruktur selama pelaku perjalanan berada di daerah tujuan, meliputi kebutuhan akomodasi, makanan dan minuman, fasilitas pertunjukan, hiburan dan perbelanjaan (Sugiyama, 2011). Komponen terakhir yaitu pelayanan tambahan (*ancillary service*) atau sering disebut juga pelengkap yang harus disediakan oleh pemerintah daerah dari suatu daerah tujuan wisata, baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Selanjutnya Sugiono (2004) berpendapat bahwa keberhasilan suatu destinasi wisata dalam mencapai suatu Kawasan wisata sangat bergantung pada daya tarik seperti tingkat keunikan, kualitas destinasi wisata, ketersediaan lahan dan kondisi fisik wisatawan. Kemudahan (aksesibilitas) objek wisata, seperti jarak dari jalan utama, kondisi jalan dan kendaraan menuju ke objek wisata. Fasilitas (amenities) seperti fasilitas umum (warung makan, toilet) dan fasilitas pendukung (layanan ibadah, listrik dan parkir).

### Kualitas Pelayanan

Goetsch dan Davis (dalam Tjiptono, 2005) mendefinisikan kualitas sebagai keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, layanan, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan seseorang. Sedangkan kualitas Menurut Kotler (2009) didefinisikan sebagai kemampuan dari suatu produk atau jasa yang untuk memuaskan kebutuhan yang diharapkan oleh individu. Pengertian kualitas ini

berorientasi pada konsumen, produsen dapat memberikan kualitas jika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Kualitas layanan dapat diukur dalam lima dimensi Tjiptono (2005) adalah:

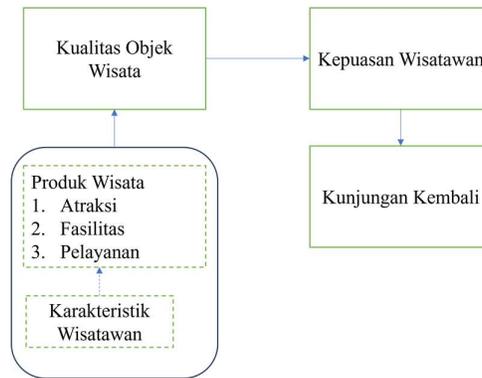
1. Reliabilitas (*reliability*), kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan secara cepat, akurat dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya.
3. Jaminan/kepercayaan (*assurance*), yaitu. pengetahuan dan kesopanan karyawan perusahaan serta kemampuan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
4. Empati (*empathy*), meliputi komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman terhadap kebutuhan klien.
5. Bukti langsung (*tangible*), termasuk lokasi fisik, peralatan yang ada, personel

### **Kepuasan Wisatawan**

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan efektivitas produk yang dievaluasinya dengan efektivitas (atau hasil) yang diharapkannya. Ketika kinerja produk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, maka pelanggan merasa puas dan sangat puas. Jika kinerja produk tidak sesuai harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas (Kotler, 2006). Bolton dan Drew (1991) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas dan nilai yang dirasakan oleh wisatawan. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan yang dirasakan menjelaskan sebagian besar variasi dalam nilai layanan, dan bahwa nilai yang dirasakan adalah ukuran yang lebih baik dari evaluasi kualitas layanan secara keseluruhan oleh pengunjung daripada kualitas layanan yang dirasakan. Kualitas layanan yang dinilai baik akan meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian berulang yang dalam konteks ini yaitu kunjungan ulang oleh wisatawan. Terlebih apabila kualitas layanan diimbangi dengan harga yang terjangkau oleh wisatawan sebagai konsumen. Hubungan positif tersebut dapat memunculkan hubungan positif yang memberikan kenaikan pendapatan bagi pengelola, pembelian berulang, *cross-selling*, dan juga *upselling* (Tjiptono, 2005).

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menguji pengaruh produk wisata terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ulang ke Air Terjun Sri Gethuk. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi observasi dan penyebaran kuisisioner. Kuisisioner akan di tulis ke dalam wujud formulir online yaitu menggunakan Google Form. Penggunaan formulir online tersebut juga digunakan untuk melakukan pengolahan data ke dalam bentuk grafik. Pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan variabel-variabel produk wisata seperti dalam gambar alur di pada gambar 1. Wisatawan akan diminta untuk memberikan penilaian dengan 4 skala penilaian yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik random sampling.



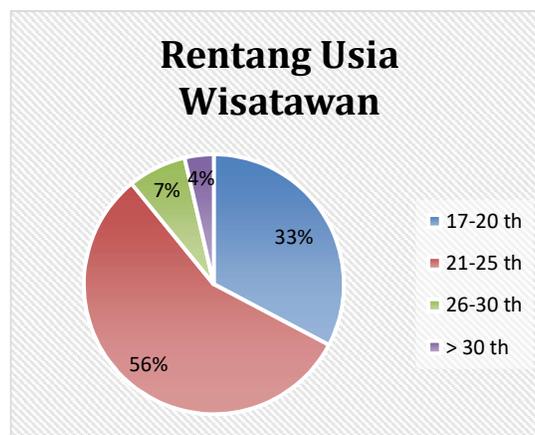
Gambar 1. Kerangka Alur Pikir

Sumber: Penulis, 2023

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Wisatawan

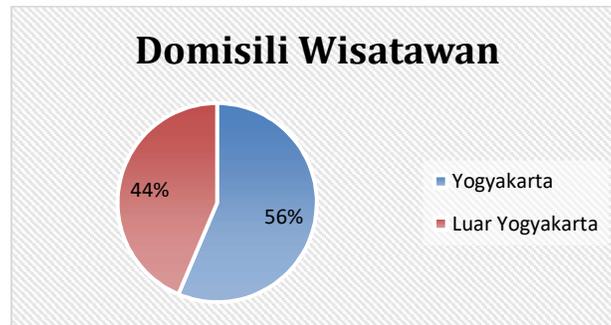
Penjabaran karakteristik wisatawan yang diidentifikasi dalam penelitian ini meliputi usia dan domisili wisatawan. Rentang usia wisatawan dapat menentukan segmen wisatawan yang mendominasi objek wisata, yang selanjutnya dapat dimanfaatkan untuk melakukan perancangan pengembangan atraksi wisata yang sesuai dengan segmen wisatawan. Wisatawan yang mendominasi kunjungan di Air Terjun Sri Gethuk berada pada rentang usia 21 sampai dengan 25 tahun. Hal tersebut mengindikasikan wisatawan yang mengunjungi objek wisata ini merupakan mahasiswa ataupun pekerja pada usia produktif. Karakteristik wisatawan pada rentang usia tersebut biasanya datang dengan skala grup kecil dan jarang membawa anak-anak. Rentang usia yang mendominasi pada peringkat kedua adalah pada rentang usia 17-20 tahun. Rentang usia tersebut mengindikasikan wisatawan yang memiliki latar belakang masih pelajar ataupun mahasiswa. Berdasarkan kedua rentang usia teratas, objek wisata ini memiliki karakteristik wisatawan pada usia muda. Sehingga sangat dimungkinkan untuk dapat menjelajahi seluruh atraksi yang terdapat pada objek wisata ini, mengingat objek wisata ini merupakan objek wisata alam yang sudah dimodifikasi dengan beberapa kegiatan wisata yang cocok untuk wisatawan di usia remaja.



Gambar 2. Grafik rentang usia wisatawan

Sumber: Analisis penulis, 2023

Identifikasi karakteristik wisatawan yang selanjutnya berasal dari domisili wisatawan. Komponen domisili wisatawan dinilai penting untuk dikaji untuk dapat memberikan gambaran target wisatawan ke depannya. Berdasarkan grafik domisili wisatawan, objek wisata ini masih didominasi oleh wisatawan yang berasal dari DIY. Namun berdasarkan persentase pada grafik, jumlah wisatawan yang berasal dari dalam dan luar DIY dinilai tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaan persentase yang tidak signifikan dapat diartikan bahwa objek wisata ini memiliki peminat yang cukup besar dari wisatawan di luar DIY. Sehingga objek wisata ini kedepannya dapat dimanfaatkan potensinya sebagai salah satu alternatif objek wisata alam di DIY.

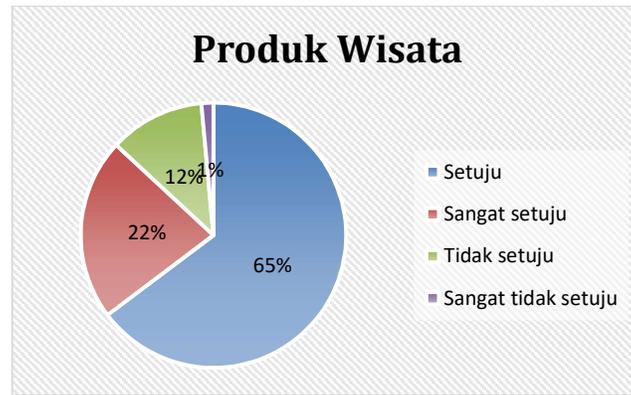


Gambar 3. Grafik Domisili Wisatawan  
Sumber: Analisis penulis, 2023

Karakteristik wisatawan di objek wisata alam Air Terjun Sri Gethuk terdiri dari wisatawan pada usia muda dan berasal dari dalam kota atau berasal dari DIY. Karakteristik wisatawan pada objek wisata ini dapat disimpulkan berupa wisatawan yang sedang melakukan penjelajahan wisata-wisata baru yang terdapat di Yogyakarta. Wisatawan pada usia muda cenderung lebih suka menelusuri wisata-wisata baru dan unik sebagai salah satu aktivitas untuk melepas ketegangan kegiatan sehari-hari atau sekedar melihat sesuatu yang baru yang dikembangkan di kotanya.

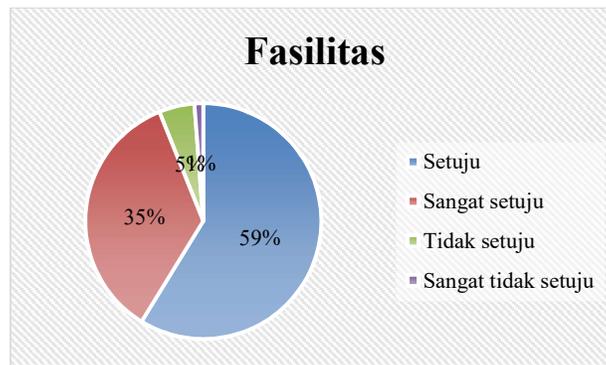
### **Kualitas Objek Wisata**

Kualitas objek wisata yang diukur di Air Terjun Sri Gethuk meliputi komponen-komponen dasar objek wisata yaitu produk wisata yang didalamnya termasuk atraksi wisata dan aksesibilitas, fasilitas, dan yang terakhir pelayanan. Penilaian pertama yang berasal dari komponen produk wisata memiliki nilai yang cukup baik dengan persentase jawaban setuju sebesar 65%. Wisatawan yang mengunjungi Air Terjun Sri Gethuk menilai objek wisata ini memiliki atraksi wisata yang beragam dan menarik. Selain itu wisatawan menilai akses jalan menuju objek wisata ini baik dan mudah untuk dicapai. Respon tertinggi kedua juga merupakan penilaian positif yaitu penilaian sangat setuju dengan persentase 22%. Berdasarkan hasil penilaian wisatawan terhadap produk wisata di objek wisata ini, wisatawan memiliki respon yang sangat baik terhadap atraksi maupun aksesibilitas di objek wisata ini.



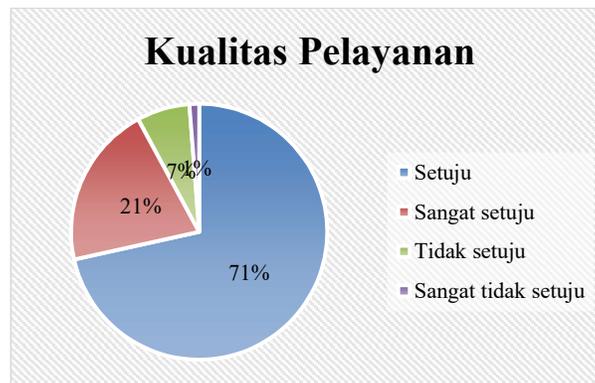
Gambar 4. Grafik penilaian produk wisata  
Sumber: Analisis penulis, 2023

Komponen penilaian selanjutnya di dalam kategorikualitas objek wisata adalah fasilitas. Penilaian fasilitas yang dilakukan oleh wisatawan meliputi penilaian fungsional dari fasilitas yang tersedia. Fasilitas di objek wisata ini juga mendapatkan respon positif dari wisatawan yang ditunjukkan dengan jawaban pilihan setuju diatas 50%. Berdasarkan grafik penilaian fasilitas di objek wisata Air Terjun Sri Gethuk, objek wisata ini sudah memiliki fasilitas yang baik dan memadai untuk wisatawan.



Gambar 5. Grafik penilaian fasilitas  
Sumber: Analisis penulis, 2023

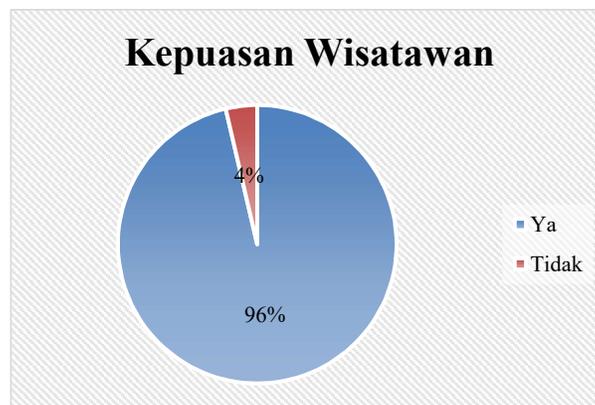
Komponen penilaian yang ketiga adalah kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan selama melakukan aktivitas wisata. Wisatawan juga memberikan penilaian atau respon yang positif terhadap kualitas pelayanan di objek wisata ini. Sebesar 71% wisatawan setuju dengan baiknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola objek wisata. Peringkat kedua yaitu dengan pilihan sangat setuju terhadap baiknya kualitas pelayanan menjadikan respon penilaian positif semakin tinggi untuk komponen kualitas pelayanan. Berdasarkan grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik diterima oleh wisatawan. Wisatawan sudah merasa nyaman dengan cara pengelola melakukan pelayanan selama melakukan aktivitas wisata.



Gambar 6. Grafik penilaian kualitas pelayanan  
Sumber: Analisis penulis, 2023

### Kepuasan dan Minat Kunjung Kembali

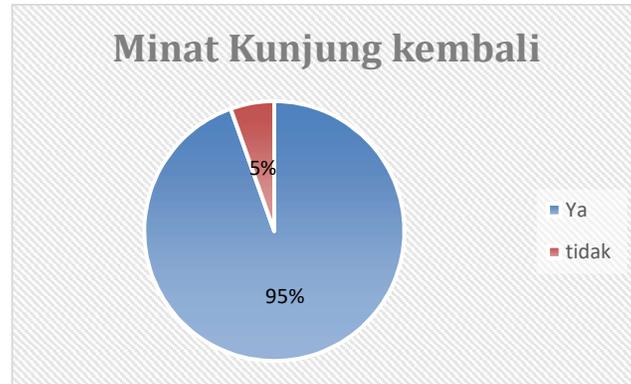
Kepuasan wisatawan setelah berkunjung ke objek wisata Air Terjun Sri Gethuk di pengaruhi oleh komponen pariwisata yang bersinggungan langsung seperti produk wisata, fasilitas, aksesibilitas dan pelayanan. Grafik kepuasan wisatawan di bawah ini menunjukkan tingkat kepuasan wisatawan yang sudah melakukan aktivitas wisata di objek wisata ini. Wisatawan yang menghabiskan waktunya untuk berekreasi di Air Terjun Sri Gethuk sebesar 96% merasa puas dengan keseluruhan komponen yang dirasakan. Tingkat kepuasan yang tinggi dari wisatawan berhubungan langsung dengan penilaian positif wisatawan terhadap variabel yang mempengaruhi. Penilaian produk wisata, fasilitas dan kualitas pelayanan dari wisatawan cenderung baik. Sehingga berpengaruh terhadap rasa puas ataupun senang dari wisatawan. Namun, dari penilaian variabel sebelumnya masih ada sebagian kecil wisatawan yang masih belum menilai dengan nilai yang positif. Hal tersebut mempengaruhi masih adanya wisatawan yang kurang merasa puas setelah berkunjung ke objek wisata ini.



Gambar 7. Grafik kepuasan wisatawan  
Sumber: Analisis penulis, 2023

Kepuasan wisatawan yang bernilai tinggi berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Grafik minat kunjung kembali di bawah ini membuktikan bahwa wisatawan yang merasa puas cenderung memiliki keinginan untuk mengulang pengalaman indah yang mereka rasakan saat melakukan aktivitas wisata. Persentase wisatawan yang puas

dengan persentasi wisatawan yang berminat untuk datang kembali memiliki besaran yang hampir sama. Sehingga bila disimpulkan hampir semua wisatawan yang merasa puas memiliki minat untuk datang kembali ke objek wisata Air Terjun Sri Gethuk untuk emngisi waktu senggang.



Gambar 8. Minat kunjung kembali wisatawan  
Sumber: Analisis penulis, 2023

Karakteristik wisatawan di Air Terjun Sri Gethuk yang didominasi pada usia muda memiliki kecenderungan hasil yang sama antara penilaian positif terhadap produk wisata dengan tingkat kepuasan yang dirasakan. Wisatawan pada usia ini lebih mengekspresikan kepuasan mereka sesuai dengan kualitas produk di objek wisata yang mereka dapatkan. Pengembangan atraksi dalam produk wisata jelas memberikan pengaruh terhadap kepuasan dan minat kunjungan kembali dari wisatawan (Astrieicia, 2018). Pengembangan fasilitas dan atraksi untuk wisatawan yang direncanakan sesuai dengan pasar wisatawan juga dapat meningkatkan rasa senang dari wisatawan dalam menikmati kegiatan wisata. Wisatawan cenderung akan berkerumun ataupun mendatangi titik-titik atraksi pada setiap objek wisata. Sehingga apabila titik atraksi ditambah dapat meningkatkan kemungkinan kedatangan wisatawan dengan lebih merata di air terjun ini (Astrieicia, 2020). Sehingga wisatawan yang datang dapat memiliki pengalaman perjalanan yang lebih baik lagi.

## KESIMPULAN

Air Terjun Sri Gethuk merupakan salah satu objek wisata yang berkembang di Kabupaten Gunung Kidul. Objek wisata ini sempat mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang signifikan dalam kurun waktu 1 tahun. Hal tersebut kemudian diperburuk dengan adanya pandemi yang mengakibatkan objek wisata ini tutup sementara. Saat pemerintah telah mengizinkan beroperasinya kembali objek wisata, Air Terjun Sri Gethuk juga membuka kembali untuk dikunjungi wisatawan. Setelah dibukanya kembali objek wisata ini, jumlah kunjungannya masih belum dapat menyamai jumlah kunjungan tertinggi sebelum objek wisata ini tutup. Namun jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun sudah mengalami kenaikan.

Perbaikan yang dilakukan pengelola terkait atraksi, fasilitas, aksesibilitas, pelayanan yang terangkum dalam 1 kesatuan produk wisata guna menarik kunjungan wisatawan dinilai berhasil. Hal tersebut ditunjukkan dengan tingginya respon positif wisatawan terhadap variabel-variabel tersebut. Wisatawan juga merasa puas dan senang setelah melakukan kunjungan wisata tersebut. Wisatawan yang merasa senang dan puas memiliki minat untuk kembali mengunjungi objek wisata ini. Respon wisatawan yang baik terhadap pengembangan yang dilakukan

pengelola sebaiknya tetap dijaga dan tetap melakukan pengembangan. Pengembangan objek wisata tetap diperlukan agar wisatawan yang berkunjung kembali dapat menemukan kebaruan yang bisa menambah kesan baik pasca kunjungan.

## REFERENSI

- [1]. Astriecia, A. (2018). Kepuasan Pengunjung Museum Pusat TNI AD Dharma Wiratama Serta Konsep Pengembangannya. *Gadjah Mada Journal of Tourism Studies*. Yogyakarta
- [2]. Astriecia, A. (2020). Pengaruh Tata Ruang Terhadap Perilaku Wisatawan di Kawasan Nol Kilometer Yogyakarta. *Sinektika: Jurnal Arsitektur.*, <https://doi.org/10.23917/sinektika.v17i1.10834>
- [3]. Boit, J., & Doh, M. (2014), "The Role of Destination Attributes and Visitor Satisfaction on Tourist Repeat Visit Intentions: the Case of Lake Nakuru National Park, Kenya," *Proceedings of the 2014 Northeastern Recreation Research Symposium*, 1–30.
- [4]. Bolton, Ruth B, dan Drew, James H. (1991), "A Multistage Model of Costumers' Assesments of Service Quality And Value," *Journal of Consumer Research*, 17 (March) : 375-384
- [5]. Kotler, P. & Armstrong, G. (2004) *Principles of Marketing (10th edn)*. New Jersey: Prentice Hall.
- [6]. Kotler, P. T., & Lee, N. R. (2009). *Up and out of poverty: The social marketing solution*. Pearson Prentice Hall.
- [7]. Kotler, P., Pfoertsch, W., & Michi, I. (2006). *B2B brand management (Vol. 357)*. Berlin: Springer.
- [8]. Sugiyama, A. G. (2011). *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- [9]. Sugiono, 2004. *metode Penelitian Bisnisw*. Bandung: Alfabeta.
- [10]. Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata (Konsep dan Aplikasinya di Indonesia)*. Yogyakarta : Gava Media
- [11]. Suswantoro. (2007). *Dasar Dasar Pariwisata*. Yogyakarta. Andi.
- [12]. Tjiptono, Fandy (2005). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- [13]. Tjiptono, Fandy. (1997a). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- [14]. Tjiptono, Fandy. (1997b). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.