



Persepsi Wisatawan Tentang Fasilitas Wisata Pulau Panjang Air bangis Kabupaten Pasaman Barat

Mega Wulan Dari¹, Ira Meirina Chair², Dwi Pratiwi Wulandari³

¹Universitas Negeri Padang

²Universitas Negeri Padang

³Universitas Negeri Padang

Email: megawulandari@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari hasil observasi di Pulau Panjang Air Bangis Pasaman Barat. Tidak terdapatnya tempat sampah, yang menyebabkan pengunjung membuang sampah sembarangan, Lokasi toilet yang jauh dari lokasi objek wisata, Kondisi jalan yang berlubang, Ukuran musholla yang terlalu kecil dan tidak adanya tempat wudhu di musholla tersebut, Kurangnya jumlah fasilitas penginapan disekitar Pulau Panjang, Fasilitas makan dan minum kurang memadai.

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini ialah wisatawan yang datang berkunjung ke Wisata di Pulau Panjang Air Bangis Pasaman Barat. dalam 5 tahun terakhir adalah 330,9, jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah 77 orang. Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui persepsi wisatawan tentang fasilitas wisat di Pulau panjang.

Hasil penelitian menunjukkan interpretasi persentase penilaian wisatawan secara dominan tergolong baik sebesar 50,65%, pada sub indikator akses jalan terletak di kategori cukup dengan persentase penilaian 54,55%, selanjutny sub indikator pendopo atau arena berfoto terletak di kategori baik dengan persentase penilaian 83,12%, pada fasilitas pendukung untuk sub indikator akomodasi terletak di kategori baik dengan persentase penilaian 89,61% selanjutnya sub indikator tempat makan dan minum terletak di kategori baik dengan persentase penilaian 61,04%, dan pada sub indikator fasilitas belanja terletak di kategori cukup dengan persentase penilaian 76,62%, untuk fasilitas pelengkap sub indikator toilet umum terletak di kategori cukup dengan persentase penilaian 51,95%, Berdasarkan hasil penelitian peneliti menyarankan agar pengelola dan dinas pariwisata lebih memperhatikan kembali fasilitas yang terdapat pada objek wisata tersebut.

Kata kunci: Persepsi Wisatawan, Fasilitas Wisata.

ABSTRACT

This paper begins with the results of observations on Panjang Island Air Bangis West Pasaman. There is no trash can, which causes visitors to litter, the location of the toilet is far from the location of the tourist attraction, the condition of the potholed road, the size of the musholla is too small and there is no place of ablution in the musholla, the lack of lodging facilities around Panjang Island, eating and drinking facilities are inadequate.

The type of research is quantitative descriptive research with survey methods. The population in this study were tourists who came to visit tourism on Panjang Island Air Bangis West Pasaman. in the last 5 years was 330.9, the type of non probability sampling used was purposive sampling with a total of 77 people. Data analysis was carried out using descriptive analysis to determine the perception of tourists about tourist facilities on Long Island.

The results showed that the interpretation of the percentage of tourists' assessments was dominantly classified as good at 50.65%, in the road access sub-indicator located in the sufficient category with a percentage assessment of 54.55%, then the pavilion or photo arena sub-indicator was located in the good category with a percentage assessment of 83.12%, in supporting facilities for the accommodation sub-indicator located in the good category with a percentage assessment of 89%, 61% then the sub-indicator of places to eat and drink is located in the good category with a percentage assessment of 61.04%, and the sub-indicator of shopping facilities is located in the sufficient category with a percentage assessment of 76.62%, for complementary facilities the sub-indicator of public toilets is located in the sufficient category with a percentage assessment of 51.95%, Based on the results of the research, the researcher suggests that the manager and the tourism office pay more attention to the facilities contained in the tourist attraction

Keywords: Tourist Perception, Tourism Facilities.

PENDAHULUAN

Pariwisata Indonesia memiliki potensi dengan keindahan beragam pulau yang tidak diragukan dan sangat mempesona. Menurut undang-undang tentang Kepariwisata “Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata didukung dengan layanan dan fasilitas disediakan masyarakat, pemerintah maupun pengusaha”[1]. Indonesia memiliki 34 provinsi diantaranya provinsi Sumatera Barat. Sumatera Barat merupakan provinsi yang serius dalam mengembangkan sektor pariwisata di daerah. Pasaman Barat merupakan salah satu kabupaten pemekaran di provinsi Sumatera Barat. Garis pantai Pasaman Barat mencapai 152 KM yang menjadikan kawasan ini memiliki pantai serta pulau – pulau kecil, salah satu pulau yang menjadi objek wisata adalah Pulau Panjang. Salah satu cara untuk meningkatkan pertumbuhan rata-rata kunjungan dengan memperbaiki fasilitas yang ada di objek wisata. Menurut [2] “Daya tarik wisata menjadi kekuatan yang mendorong wisatawan datang ke suatu objek wisata, dan juga dapat dikatakan fokus utama penggerak pariwisata. Menurut [3], Fasilitas atau sarana merupakan fasilitas untuk melayani wisatawan selama perjalanan, fasilitas cenderung berorientasi pada atraksi di suatu lokasi karena fasilitas harus dekat dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung pertumbuhan pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang [4].

Berdasarkan observasi awal dan wawancara yang peneliti laksanakan kepada masyarakat sekitar tanggal 12 Juli 2020, Pulau Panjang Air Bangis belum mendapat perhatian penuh dari Dinas Pariwisata Pasaman Barat, seperti: Kondisi jalan yang berlubang menuju Pulau Panjang Air Bangis yang berjarak sekitar 90Km dari Ibu kota Pasaman Barat dengan jarak tempuh sekitar 3 jam perjalanan. Oleh sebab itu jarak dan waktu yang lama dengan kondisi jalan yang tidak bagus dapat menyebabkan ketidaknyamanan pengunjung untuk sampai ke Objek Wisata Air Bangis. Permasalahan lainnya tidak terdapat tempat sampah disekitaran pantai, sehingga wisatawan membuang sampah sembarangan yang menyebabkan pulau panjang terkesan tidak bersih. Fasilitas tempat melaksanakan sholat yang kecil, sehingga disaat wisatawan ramai menyebabkan antrian yang cukup lama. Selain itu juga tidak adanya tempat berwudhu di dekat musholla, sehingga wisatawan harus berjalan lumayan jauh untuk berwudhu. Kurangnya sarana akomodasi penginapan di sekitar pulau yang menyebabkan wisatawan kesulitan untuk mencari tempat penginapan. Penginapan yang tersedia hanya cukup untuk beberapa keluarga saja. Pada saat libur atau hari-hari besar tentunya wisatawan kesulitan mencari penginapan karena jumlahnya yang sedikit. Fasilitas perbelanjaan, baik itu restaurant (rumah makan), kios-kios yang menjual makanan dan *souvenir* sangat minim disekitaran pulau panjang. Bahkan toko *souvenir* hanya ada di pasar seberang pulau. *Tourist information centre* di Pulau Panjang belum ada, mengingat

pentingnya keberadaannya sebagai pusat informasi bagi para wisatawan untuk wisatawan mengetahui semua informasi tentang objek wisata Pulau Panjang. Permasalahan lainnya lahan parkir yang tidak terlalu luas sehingga wisatawan kesulitan untuk memarkirkan kendaraan mereka.

Permasalahan yang peneliti dapatkan mencerminkan bahwa persepsi wisatawan tentang fasilitas wisata di pulau panjang masih belum maksimal. Pengunjung yang tidak puas menceritakan pengalamannya kepada banyak orang. Hal tersebut dapat dilihat di *platform* media social seperti *google review*, yang pada akhirnya dapat menyebabkan berkurangnya minat wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Panjang. Menurut [5] Komunikasi ialah proses komunikasi dengan memberikan rekomendasi secara individu atau kelompok pada suatu produk atau jasa dengan tujuan memberi informasi secara personal.

METODOLOGI

Penelitian deskriptif merupakan metode yang peneliti gunakan pada penelitian ini dengan metode survei. Menurut [6], Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) dimana peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain. Populasi pada penelitian ini merupakan pengunjung yang pernah berkunjung ke Pulau Panjang, dengan sampel 77 orang. Data primer serta data sekunder adalah jenis penelitian yang peneliti gunakan. Menurut [7], Data primer yaitu bila pengambilan data dilakukan secara langsung oleh peneliti terhadap sasaran. Untuk Pengumpulan data peneliti menggunakan kuesioner (angket) dengan jumlah 24 butir pernyataan, yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dengan analisis deskriptif untuk mengkategorikan jawaban responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

a. Persepsi Wisatawan Tentang Fasilitas Wisata di Pulau Panjang Air Bangis Pasaman Barat

Tabel 1. Klasifikasi Skor Variabel Persepsi Wisatawan Tentang Fasilitas

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
SangatBaik	3,26–4,00	0	0%
Baik	2,51–3,25	39	50,65%
Cukup Baik	1,76–2,50	38	49,35%
Kurang Baik	1,00–1,75	0	0%
Total		77	100%

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan klasifikasi skor, persentase tertinggi berada pada rentang 2,51 – 3,25 dengan persentase 50,65% menunjukkan kategori Baik.

b. Deskripsi Data Indikator Fasilitas Utama

1) Akses Jalan

Tabel 2. Klasifikasi Skor Sub Indikator Akses Jalan

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	3,26–4,00	0	0%
Baik	2,51–3,25	35	45,45%
Cukup Baik	1,76–2,50	42	54,55%
Kurang Baik	1,00–1,75	0	0%
Total		77	100%

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan klasifikasi skor, persentase tertinggi berada pada rentang 1,76 – 2,50 dengan persentase 54,55% menunjukkan kategori Cukup Baik.

2) Pendopo dan Arena Berfoto

Tabel 3. Sub Indikator Pendopo dan Arena Berfoto

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	3,26–4,00	6	7,79%
Baik	2,51–3,25	64	83,12%
Cukup Baik	1,76–2,50	7	9,09%
Kurang Baik	1,00–1,75	0	0%
Total		77	100%

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan klasifikasi skor, persentase tertinggi berada pada rentang 2,51 – 3,25 dengan persentase 83,12% menunjukkan kategori Baik.

c. Deskripsi Data Indikator Fasilitas Pendukung

1) Akomodasi

Tabel 4. Sub Indikator Akomodasi

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	3,26–4,00	4	5,19%
Baik	2,51–3,25	69	89,61%
Cukup Baik	1,76–2,50	4	5,19%
Kurang Baik	1,00–1,75	0	0%
Total		77	100%

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan klasifikasi skor, persentase tertinggi berada pada rentang 2,51 – 3,25 dengan persentase 89,61% menunjukkan kategori Baik.

2) Tempat Makan dan Minum

Tabel 5 Sub Indikator Tempat Makan dan Minum

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	3,26–4,00	1	1,30%
Baik	2,51–3,25	47	61,04%
Cukup Baik	1,76–2,50	29	37,66%
Kurang Baik	1,00–1,75	0	0%
Total		77	100%

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan klasifikasi skor, persentase tertinggi berada pada rentang 2,51 – 3,25 dengan persentase 61,04% menunjukkan kategori Baik.

3) Fasilitas Belanja

Tabel 6. Sub Indikator Fasilitas Belanja

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	3,26–4,00	0	0%
Baik	2,51–3,25	5	6,49%
Cukup Baik	1,76–2,50	59	76,62%
Kurang Baik	1,00–1,75	13	16,88%
Total		77	100%

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan klasifikasi skor, persentase tertinggi berada pada rentang 1,76 – 2,50 dengan persentase 76,62% menunjukkan kategori Cukup Baik.

d. Deskripsi Data Indikator Fasilitas Pelengkap

1) Toilet Umum

Tabel 7. Sub Indikator Toilet Umum

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	3,26–4,00	0	0%
Baik	2,51–3,25	17	22,08%
Cukup Baik	1,76–2,50	40	51,95%
Kurang Baik	1,00–1,75	20	25,97%
Total		77	100%

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan klasifikasi skor, persentase tertinggi berada pada rentang 1,76 – 2,50 dengan persentase 51,95% menunjukkan kategori Cukup Baik.

2) Tempat Ibadah

Tabel 8. Sub Indikator Tempat Ibadah

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	3,26–4,00	20	25,97%
Baik	2,51–3,25	50	64,94%
Cukup Baik	1,76–2,50	5	6,49%
Kurang Baik	1,00–1,75	2	2,60%
Total		77	100%

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan klasifikasi skor, persentase tertinggi berada pada rentang 2,51 – 3,25 dengan persentase 64,94% menunjukkan kategori Baik.

3) Pusat Informasi

Tabel 9. Sub Indikator Pusat Informasi

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	3,26–4,00	0	0%
Baik	2,51–3,25	7	9,09%
Cukup Baik	1,76–2,50	57	74,03%
Kurang Baik	1,00–1,75	13	16,88%
Total		77	100%

Sumber: Hasil Olahan SPSS 16 (2021)

Berdasarkan klasifikasi skor, persentase tertinggi berada pada rentang 1,76 – 2,50 dengan persentase 74,03% menunjukkan kategori Cukup Baik.

4) Tempat Parkir

Tabel 10. Sub Indikator Tempat Parkir

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	3,26–4,00	7	9,09%
Baik	2,51–3,25	32	41,56%
Cukup Baik	1,76–2,50	38	49,35%
Kurang Baik	1,00–1,75	0	0%
Total		77	100%

Sumber: Hasil Olahan SPSS 16 (2021)

Berdasarkan klasifikasi skor, persentase tertinggi berada pada rentang 1,76 – 2,50 dengan persentase 49,35% menunjukkan kategori Cukup Baik

B. Pembahasan

Persepsi wisatawan tentang fasilitas wisata di Pulau Panjang Air Bangis Pasaman Barat menunjukkan interpretasi persentase penilaian wisatawan secara dominan tergolong baik sebesar 50,65% dari 77 orang responden, namun 49,35% responden menyatakan cukup, 0% responden menyatakan sangat baik dan kurang baik dari hasil olahan data yang dilakukan.

Berdasarkan hasil yang didapatkan hal ini bisa kita lihat persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata di Pulau Panjang Air Bangis Pasaman Barat termasuk ke dalam kategori baik. Menurut [8], persepsi adalah proses yang digunakan individu untuk memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi yang baik dari wisatawan dapat menunjukkan kepuasan atau kepercayaan wisatawan akan fasilitas wisata di objek tersebut [9].

a. Fasilitas Utama

1) Akses Jalan

Persepsi wisatawan tentang fasilitas fasilitas utama ditinjau dari sub indikator akses jalan berada pada kategori cukup dengan persentase penilaian 54,55% dari 77 orang responden. Dalam hal ini bisa kita lihat bahwasannya persepsi wisatawan belum memberikan pandangan sangat baik terhadap sub indikator akses jalan. Akses jalan merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan sangat diperlukan selama pengunjung berada di suatu objek wisata [10]. Ini menunjukkan bahwa kepariwisataan tidak bisa berjalan lancar apabila tidak ada akses jalan sebagai penghubung antara suatu tempat ke tempat tujuan. Sarana yang baik akan menjadi pertimbangan wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata [11].

2) Pendopo dan Arena Berfoto

Persepsi wisatawan tentang fasilitas fasilitas utama ditinjau dari sub indikator pendopo dan arena berfoto berada pada kategori baik dengan persentase 83,12% dari 77 orang responden. Dalam hal ini bisa kita lihat bahwasannya persepsi wisatawan belum memberikan pandangan sangat baik terhadap sub indikator pendopo atau arena berfoto. Menurut [12] infrastruktur ataupun fasilitas seperti pendopo atau arena berfoto sangat diperlukan di suatu objek wisata untuk menarik perhatian wisatawan dalam berkunjung. Ini menunjukkan bahwa wisatawan akan tertarik untuk berkunjung ke suatu objek wisata apabila di objek wisata tersebut memiliki hal yang unik yang berbeda dengan objek wisata lainnya. Keunikan dari fasilitas yang dimiliki merupakan faktor yang jadi pertimbangan wisatawan untuk berkunjung [13].

b. Fasilitas Pendukung

1) Akomodasi

Persepsi wisatawan tentang fasilitas pendukung ditinjau dari sub indikator akomodasi ada di kategori baik dengan persentase 89,61% dari 77 orang responden. Dalam hal ini bisa kita lihat bahwasannya sarana akomodasi yang ada sudah dapat menunjang kegiatan wisata yang dilakukan, walaupun belum maksimal, Fasilitas akomodasi yang dekat dengan daya tarik wisata merupakan sarana yang dibutuhkan oleh wisatawan [14].

2) Tempat Makan dan Minum

Persepsi wisatawan tentang fasilitas pendukung ditinjau dari sub indikator tempat makan dan minum ada di kategori baik dengan persentase 61,04% dari 77 orang responden. Dalam hal ini wisatawan menyatakan bahwa tempat makan dan minum seperti warung, rumah makan dan restoran yang ada sudah baik dan sesuai dengan harapan pengunjung.

3) Fasilitas Belanja

Persepsi wisatawan tentang fasilitas pendukung ditinjau dari sub indikator fasilitas belanja ada di kategori cukup dengan persentase 76,62% dari 77 orang responden. Fasilitas belanja merupakan salah satu sarana yang dibutuhkan wisatawan saat berkunjung ke suatu destinasi wisata [15]. Wisatawan dapat membeli kenang-kenangan atau souvenir di tempat tersebut, sebagai bukti mereka pernah berkunjung.

c. Fasilitas Pelengkap

1) Toilet Umum

Persepsi wisatawan tentang fasilitas pelengkap ditinjau dari sub indikator toilet umum ada di kategori cukup dengan persentase 51,95% dari 77 orang responden. Dalam hal ini bisa kita lihat bahwasannya persepsi wisatawan belum memberikan pandangan yang baik mengenai sub indikator toilet umum. Toilet umum merupakan salah satu fasilitas yang sangat penting di suatu objek wisata. Kelayakan toilet umum bisa mempengaruhi waktu kunjungan ke suatu objek wisata.

2) Tempat Ibadah

Persepsi wisatawan tentang fasilitas pelengkap ditinjau dari sub indikator tempat ibadah ada di kategori baik dengan persentase 64,94% dari 77 orang responden. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan sudah merasakan manfaat dari tersedianya tempat ibadah di Pulau panjang Air bangis. Ketersediaan fasilitas tempat ibadah seperti mushalla atau mesjid di sekitar objek wisata merupakan sarana wajib di destinasi wisata sumatera barat yang populasinya hampir 100% muslim [16]. Ini menunjukkan bahwa objek wisata tersebut dapat dikategorikan sebagai objek wisata yang *Muslim-friendly* karena menyediakan tempat ibadah yang layak bagi umat islam yang berkunjung ke tempat tersebut[17].

3) Pusat Informasi

Persepsi wisatawan tentang fasilitas pelengkap ditinjau dari sub indikator pusat informasi ada di kategori cukup dengan persentase 74,03% dari 77 orang responden. Dalam hal ini bisa kita lihat bahwasannya persepsi wisatawan belum memberikan pandangan baik tentang pusat informasi. Wisatawan merasakan pusat informasi belum terkelola dengan baik, wisatawan yang membutuhkan informasi lebih banyak menanyakan ke masyarakat yang berada disekitar objek wisata Pulau panjang Air bangis. Ketersediaan Pusat informasi memudahkan dan sangat membantu wisatawan saat berkunjung ke suatu objek wisata [18].

4) Tempat Parkir

Persepsi wisatawan tentang fasilitas pelengkap ditinjau dari sub indikator tempat parkir ada di kategori cukup dengan persentase 49,35% dari 77 orang responden. Ini menunjukkan bahwa wisatawan belum merasa puas dengan tempat parkir yang tersedia di objek wisata Pulau panjang Air bangis. Tempat parkir yang memadai dan terkelola dengan baik, akan membuat wisatawan merasa aman berlama-lama meninggalkan kendaraannya.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata di Pulau Panjang Air Bangis Pasaman Barat ada di posisi baik dengan persentase penilaian sebesar 50,65%.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa karakteristik pengunjung yang berkunjung ke objek/daya tarik wisata Pulau Panjang Air Bangis Pasaman Barat terdiri dari 38 orang pria dan 39 orang wanita, yang mendominasi oleh pelajar/mahasiswa yang berumur 21-30 tahun. Hasil persepsi wisatawan berdasarkan indikator dapat dilihat pada penjabaran di bawah ini:

1. Indikator fasilitas utama
 - a. Akses jalan, Sub indikator akses jalan interpretasi persentase penilaian responden 0% menyatakan sangat baik, 45,45% menyatakan baik, 54,55% cukup, dan 0% menyatakan kurang.
 - b. Pendopo dan arena berfoto, Sub indikator pendopo atau arena berfoto interpretasi persentase penilaian responden 7,79% menyatakan kategori sangat baik, 83,12% menyatakan kategori baik, 9,09% menyatakan kategori cukup, dan 0% menyatakan kategori kurang.
2. Indikator fasilitas pendukung
 - a. Akomodasi, Sub indikator akomodasi interpretasi persentase penilaian responden 5,19% menyatakan kategori sangat baik, 89,61% menyatakan kategori baik, 5,19% menyatakan kategori cukup, dan 0% menyatakan kategori kurang.
 - b. Tempat makan dan minum, Sub indikator tempat makan dan minum interpretasi persentase penilaian responden 1,30% menyatakan kategori sangat baik, 61,04% menyatakan kategori baik, 37,66% menyatakan kategori cukup, dan 0% menyatakan kategori kurang.
 - c. Fasilitas belanja, Sub indikator fasilitas belanja interpretasi persentase penilaian responden 0% menyatakan kategori sangat baik, 6,49% menyatakan kategori baik, 76,62% menyatakan kategori cukup, dan 16,88% menyatakan kategori kurang.
3. Indikator fasilitas pelengkap
 - a. Toilet umum, Sub indikator toilet umum interpretasi persentase penilaian responden 0% menyatakan kategori sangat baik, 22,08% menyatakan kategori baik, 51,95% menyatakan kategori cukup, dan 25,97% menyatakan kategori kurang.
 - b. Tempat ibadah, Sub indikator tempat ibadah interpretasi persentase penilaian responden 25,97% menyatakan kategori sangat baik, 64,94% menyatakan kategori baik, 6,49% menyatakan kategori cukup, dan 2,60% menyatakan kategori kurang.
 - c. Pusat informasi, Sub indikator pusat informasi interpretasi persentase penilaian responden 0% menyatakan kategori sangat baik, 9,09% menyatakan kategori baik, 74,03% menyatakan kategori cukup, dan 16,88% menyatakan kategori kurang.
 - d. Tempat parkir, Sub indikator tempat parkir interpretasi persentase penilaian responden 9,09% menyatakan kategori sangat baik, 41,56% menyatakan kategori baik, 49,35% menyatakan kategori cukup, dan 0% menyatakan kategori kurang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pemerintah Indonesia 2009, “Undang-Undang Dasar Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Pemerintah Pusat, Jakarta,” 2009.
- [2] A. I. Faried, Darwin Damanik, Nasrullah Nasrullah, Bonaraja Purba, Arfandi SN, Dariusman Abdillah, Raditya Raditya, Muhammad Nur Salim, Siti Hamidah, Tatang Rusata, *Ekonomi Pariwisata: Konsep, Pemasaran dan Pembangunan*. Jakarta: Yayasan kita menulis, 2022.
- [3] O. A. Yoety, *Ekonomi pariwisata: introduksi, informasi, dan aplikasi*. Jakarta: Kompas, 2008.
- [4] D. P. WULANDARI, “ANALISIS DAMPAK PERKEMBANGAN PARIWISATATERHADAP PERUBAHAN KONDISI SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT DESA KERSIK TUO KECAMATAN KAYU ARO KABUPATEN KERINCI DWI,” *ensiklopedia J.*, vol. 2, no. 1, pp. 241–249, 2019, doi: <https://doi.org/10.33559/eoj.v1i1.19>.
- [5] N. Hidayah, *Pemasaran destinasi pariwisata*, 1st ed. Bandung: Alfabeta, 2019.

- [6] D. Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono*. 2018.
- [7] P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. 2015.
- [8] Del I. Hawkins and D. L. Mothersbaugh, *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*, ELEVENTH E. McGraw-Hill/Irwin, 2016.
- [9] A. B. Pratama and I. D. G. D. Suputra, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik,” *E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana*, vol. 27, no. 2, pp. 927–953, 2019, doi: DOI: <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i02.p04>.
- [10] R. Ryanda and N. Wulansari, “Pengaruh Sarana dan Prasarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pulau Pasumpahan Padang,” *Kaji. Pariwisata dan Bisnis perhotelan*, vol. 2, no. 1, pp. 1–6, 2021, doi: <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i1.19172>.
- [11] Hrystyna Solomchak, “FORMING AN INTEREST IN PRACTICING TOURISM ACTIVITY FOR THE PURPOSE OF RECREATION AND WELL-BEING,” *Sci. J. Pol. Univ.*, vol. 38, no. 1, pp. 218–223, 2020, doi: <https://doi.org/10.23856>.
- [12] A. Mandić, M. Željko, and L. Kordić, “TOURISM INFRASTRUCTURE , RECREATIONAL FACILITIES AND TOURISM DEVELOPMENT Željko Mrnjavac,” *Tour. Hosp. Manag.*, vol. 24, no. 1, pp. 41–62, 2018, doi: <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.12>.
- [13] B. Prideaux, “Building visitor attractions in peripheral areas—Can uniqueness overcome isolation to produce viability?,” *Int. J. Tour. Res.*, vol. 4, no. 5, pp. 379–389, Sep. 2002, doi: <https://doi.org/10.1002/jtr.387>.
- [14] A. Sulastiyono, “Manajemen penyelenggaraan hotel: seri manajemen usaha jasa sarana pariwisata dan akomodasi,” *Bandung Alf.*, 2011.
- [15] K. K. Swanson and P. E. Horridge, “A Structural Model for Souvenir Consumption, Travel Activities, and Tourist Demographics,” *J. Travel Res.*, vol. 42, no. 4, pp. 372–380, May 2004, doi: 10.1177/0047287504263031.
- [16] A. Abror, Y. Wardi, O. Trinanda, and D. Patrisia, “The impact of Halal tourism, customer engagement on satisfaction: moderating effect of religiosity,” *Asia Pacific J. Tour. Res.*, vol. 24, no. 7, pp. 633–643, Jul. 2019, doi: 10.1080/10941665.2019.1611609.
- [17] A. Abror, D. Patrisia, O. Trinanda, M. W. Omar, and Y. Wardi, “Antecedents of word of mouth in Muslim-friendly tourism marketing: the role of religiosity,” *J. Islam. Mark.*, vol. 12, no. 4, pp. 882–899, Jan. 2021, doi: 10.1108/JIMA-01-2020-0006.
- [18] W. H. Rosita, Marhanah Sri, “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta,” *J. Manaj. Resort dan Leis.*, vol. 13, no. 1, 2016, doi: 10.17509/jurel.v13i1.2134.