



Kinerja Kualitas Atraksi di Destinasi Wisata Kawasan Bandung Barat

Caroline Christy¹, Ersy Ervina², Umi Sumarsih³

^{1,2,3}Universitas Telkom Bandung, Indonesia

E-mail: carolinechristy29@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-09-17 Revised: 2023-10-23 Published: 2023-11-03 Keywords: <i>Performance;</i> <i>Quality;</i> <i>Attractions;</i> <i>Tourist Destination;</i> <i>West Bandung Area.</i>	The West Bandung area has long been famous as a nature and adventure destination. One of the factors determining the sustainability of tourist destinations is the quality of attractions that can impress tourists, unfortunately not all destinations can last long. Not a few are closed because they are unable to meet tourist satisfaction. This research aims to determine the level of visitor satisfaction with the quality of attractions in West Bandung tourist attractions. Tourists who meet the requirements as respondents to fill out and provide the information needed in the questionnaire filling process are the respondents of this study. The number of respondents was 110 people, focusing on four (4) destinations most visited by tourists (Great Asia Africa, Floating Market, Cikahuripan River, and Farmhouse Lembang). Customer Satisfaction index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) analysis were used in this study to determine the level of customer satisfaction. The results showed that 83.35% of visitors to West Bandung tourist destinations felt (Very Satisfied) based on CSI. For the results of the IPA analysis, it shows that the destination facility attribute, namely attractions, presents comfortable facilities that still do not meet tourist satisfaction so that the facilities need to be improved. It is hoped that the results of this study can be used to improve the quality of performance of attractions that have been developed.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-09-17 Direvisi: 2023-10-23 Dipublikasi: 2023-11-03 Kata kunci: <i>Kinerja;</i> <i>Kualitas;</i> <i>Atraksi;</i> <i>Destinasi Wisata;</i> <i>Kawasan Bandung Barat.</i>	Kawasan Bandung Barat telah lama terkenal sebagai destinasi wisata alam dan petualangan. Salah satu faktor penentu keberlangsungan destinasi wisata adalah Kualitas atraksi yang dapat memberikan kesan bagi wisatawan, sayangnya belum semua destinasi dapat bertahan lama. Tidak sedikit yang tutup karena tidak mampu memenuhi kepuasan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap kualitas atraksi di tempat wisata Bandung Barat. Wisatawan yang memenuhi persyaratan sebagai responden untuk mengisi dan memberikan informasi yang diperlukan dalam proses pengisian kuesioner adalah responden penelitian ini. Jumlah responden adalah 110 orang, dengan fokus pada empat (4) destinasi yang paling banyak dikunjungi wisatawan (<i>Great Asia Africa</i> , <i>Floating Market</i> , <i>Sungai Cikahuripan</i> , dan <i>Farmhouse Lembang</i>). Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan analisis <i>Customer Satisfaction index</i> (CSI) digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis tingkat kepuasan wisatawan. Hasil analisis IPA menunjukkan bahwa atribut fasilitas destinasi yaitu atraksi menyajikan fasilitas yang nyaman masih belum memenuhi kepuasan wisatawan sehingga perlu ditingkatkan lagi fasilitasnya dan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung ke destinasi wisata Bandung Barat sebesar 85.00% merasa (sangat puas) berdasarkan CSI. Harapannya hasil penelitian ini bisa digunakan untuk meningkatkan kualitas kinerja atraksi yang telah dikembangkan.

I. PENDAHULUAN

Bandung Barat sudah lama terkenal memiliki potensi pariwisata alam yang banyak dikunjungi oleh wisatawan. Kawasan ini berada di provinsi Jawa Barat Indonesia. Selain itu, wilayah ini berbatasan dengan Purwakarta. Kabupaten Bandung Barat tidak hanya merupakan salah satu wilayah terbesar di Jawa Barat tetapi juga merupakan pusat ekonomi. Bandung Barat telah menjadi tempat favorit bagi wisatawan domestik dan internasional untuk menikmati liburan dan

menikmati keindahan alamnya. Wisata yang ada di Bandung Barat sangat berpotensi untuk menjadi tempat wisata populer. Selain itu, karena Bandung berada di dekat ibu kota DKI Jakarta, banyak orang berkunjung ke Bandung untuk bersantai dan menghilangkan stres. Selain itu, melalui tol Cipularang, jarak antara Jakarta dan Bandung hanya membutuhkan waktu kurang lebih dua jam. Dengan begitu jalur ke Bandung sangat bagus dan mudah diakses. Banyak wisatawan yang menjadikan hiburan wisata

dengan daya tarik atraksi karena akses yang mudah dan lokasi yang strategis. Daya tarik wisata ini merupakan salah satu faktor yang mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan. Hal ini sejalan dengan pernyataan (Ervina, dkk., 2017) Selain berfungsi sebagai pintu gerbang dan area pementasan ke wilayah atau negara, kota menawarkan berbagai berbagai daya tarik tersendiri termasuk museum, taman, teater, tempat bersejarah, bangunan modern yang signifikan, perbelanjaan, makan, hiburan dan keseluruhan suasana dan pemandangan kota. Berikut tabel angka jumlah kunjungan wisatawan pada Tahun 2020 dan 2021 berdasarkan Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat:

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Bandung Barat, 2020-2021

Jenis Wisatawan	Tahun/Years	
Kind of Tourist	2020	2021
(1)	(2)	(3)
Wisatawan Mancanegara	93.724	0
Foreign Tourist		
Wisatawan Nusantara	3.440.529	2.202.146
Domestic Tourist		
Jumlah	3.534.25	2.202.14
Total	3	6

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat

Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat, jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk atraksi, serta dampak terhadap citra objek wisata terkait. Oleh karena itu, beberapa pengunjung yang mengunjungi Farmhouse Lembang mengeluh tentang pengalaman yang tidak menyenangkan. Fakta bahwa beberapa atraksi objek wisata memungut tambahan biaya diluar biaya tiket masuk yang menyebabkan menurunnya minat wisatawan. Seperti dikutip dari Traveloka.com di atraksi wisata FarmHouse Lembang. Seorang pengunjung mengungkapkan: "Biaya masuknya murah, tempatnya bagus ada buaya, musang, burung hantu, kakatua, kadal yang bisa diajak foto dengan bayar lagi 10.000" (Yanny 23 April 2023).

Berdasarkan komentar dari salah seorang pengunjung tersebut maka dapat diketahui bahwa pengunjung tersebut merasa keberatan terhadap tambahan tarif yang dipungut untuk dapat berfoto bersama hewan yang disediakan sebagai daya tarik atraksi di Farmhouse

Lembang. Hal seperti ini tentu memberikan dampak yang negatif terhadap pandangan pengunjung kepada destinasi wisata

Berdasarkan masalah yang terjadi maka tujuan penelitian ini untuk mengimplemen-tasikan kinerja kualitas atraksi yang ada di destinasi wisata Bandung Barat. Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja dan tingkat kepentingan atraksi yang ada di destinasi wisata di kawasan Bandung Barat juga untuk mengetahui kepuasan wisatawan pada atraksi di destinasi wisata kawasan Bandung Barat.

II. METODE PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

Instrumen survei dikembangkan untuk mengukur tingkat kinerja atraksi dan kepentingan. Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang menggunakan banyak angka. Mulai dari proses pengumpulan data hingga penafsirannya. Lokasi penelitian berada di Kabupaten Bandung Barat adalah wilayah di Indonesia. Kecamatan ngamprah adalah pusat Kabupaten Bandung Barat terletak di jalur Bandung-Jakarta. Bandung Barat ini seluas 1.326,10 km² dan terletak di dataran tinggi. Rata-rata ketinggiannya antara 750 dan 1.800 meter di atas permukaan laut. Kawasan ini memiliki daerah resapan air dan sebagian kawasannya merupakan kawasan lindung (Ervina, dkk., 2020) Jadwal Penelitian ini dilakukan dari bulan Maret 2023 hingga Juni 2023.

Jenis data penelitian menurut (Haya, dkk., 2019), jenis data dibedakan menjadi 2, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Menurut (Desi & Sagala, 2018) sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Sumber data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Identifikasi kinerja atraksi menggunakan skala likert dengan rentang nilai 1 (sangat tidak puas) sampai dengan 5 (sangat puas). Untuk menentukan ukuran sampel yang dibutuhkan maka digunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2017) rumus Cochran adalah dimana

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2}$$

n = jumlah sampel yang diinginkan

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p = peluang benar 50% q = peluang salah 50%

Moe: *Margin of Error* atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat di tolerir. Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% diaman nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,093^2}$$

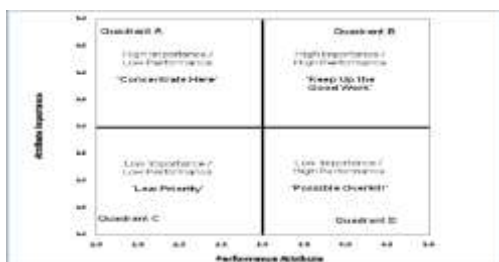
$$n = 111$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 110 responden.

B. Metode dan Teknik Analisa Data

Metode analisa IPA (*Important Performance Analysis*), metode ini digunakan untuk mengukur tingkat kualitas Atraksi terhadap wisatawan. Konsep (*Importance-Performance Analysis*) IPA, yang telah banyak digunakan sebagai alat pengukuran untuk meninjau dan menciptakan strategi baru dalam penelitian pariwisata untuk memprioritaskan peningkatan pelayanan pariwisata. (Martilla dan James, 1977).

IPA adalah metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara kepentingan dan kinerja. Skor total untuk evaluasi tingkat kinerja menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X. sebaliknya, posisi pada atribut Y ditunjukkan dengan skor total tingkat kepentingan atribut tersebut. Tingkat kepentingan dan kinerja tertuang dalam diagram kartesius yang dibagi menjadi empat kuadran. Setiap kuadran dalam bagan IPA mewakili strategi berbeda yang dapat membantu dalam mengidentifikasi area yang menjadi perhatian dan kebutuhan.



Gambar 1. Analisis IPA

Sumber: Martilla & James (1977)

Kuadran I berisi atribut-atribut yang dianggap penting oleh wisatawan, namun pada kenyataannya atribut tersebut tidak sesuai dengan harapan wisatawan. Kuadran II menghadirkan atribut-atribut yang sangat penting dan berkinerja tinggi sehingga perlu dipertahankan. Kuadran III menunjukkan

bahwa di dalamnya terdapat atribut-atribut yang dianggap kurang penting dan ternyata kinerjanya tidak istimewa. Terakhir, kuadran IV menunjukkan atribut dengan ekspektasi yang rendah menurut konsumen namun kinerjanya baik. Oleh karena itu destinasi wisata perlu mengeksekusi strategi untuk mengurangi sumber daya pada atribut kuadran ini.

Metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) teknik analisa data yang digunakan yaitu untuk mengukur dan mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas Atraksi. CSI banyak diadopsi untuk menentukan target suatu organisasi perusahaan di masa depan. Dengan menggunakan CSI suatu perusahaan/ organisasi dapat dengan mudah menetapkan tujuan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Dalam penelitian ini, perhitungan CSI mengadopsi teori yang diajukan oleh (Ervina, dkk., 2021) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100 \%$$

Keterangan:

T = Skor kepentingan x Kinerja

5 = Nilai skor maksimum yang digunakan dalam pengukuran skala

Y = Skor total rata-rata kepentingan

Tabel 2. Indikator Kinerja Atraksi

	Indikator	Kode	Sumber
Kualitas Atraksi	1.Objek wisata yang dituju dikelilingi pepohonan	WA	Basiya & Rozak (2012)
	2.Atraksi menyajikan fasilitas yang nyaman untuk berwisata	FD	
	3.Objek wisata tersebut menarik untuk dinikmati	WB	
	4.Objek wisata tersebut membantu melestarikan budaya	DB	
	5.Objek wisata tersebut memiliki pemandangan yang menarik	SL	

Sumber: Olahan Data peneliti 2023

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Analisis deskriptif responden yaitu mendeskriptifkan responden ke dalam beberapa karakteristik. Dalam penelitian ini karakteristik responden di bagi kedalam jenis kelamin, usia, asal daerah, pekerjaan, penghasilan (perbulan).

Tabel 3. Karakteristik Responden

No	Deskripsi	Total	Presentase %
Jenis Kelamin			
1	Laki-laki	20	18,2 %
	Perempuan	90	81,8 %
Usia			
2	16-24	73	66,4 %
	25-33	27	24,5 %
	34-42	2	1,8 %
	43-51	5	4,5 %
	>51	3	2,7 %
Pekerjaan			
3	Wirausaha	13	11,8 %
	Karyawan Swasta	24	21,8 %
	Karyawan negeri	1	0,9 %
	Pelajar/mahasiswa	59	53,6 %
	Ibu Rumah Tangga	13	11,8 %
Pendapatan			
4	<Rp. 2.500.000	64	58,2 %
	Rp. 2.500.000- Rp. 5.000.000	28	25,5 %
	Rp. 5.000.000- Rp. 7.500.000	10	9,1 %
	Rp. 7.500.000- Rp. 10.000.000	5	4,5 %
	>Rp. 10.000.000	3	2,7 %

Berdasarkan data-data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan sebelumnya, maka tahap selanjutnya adalah melakukan proses analisis IPA dan perhitungan CSI.

Tabel 3. Nilai Rerata Kinerja dan Kepentingan Kinerja Atraksi

Indikator	Rata-rata Kepuasan (X)	Rata-rata Kepentingan (Y)	Skor (S) (X) x (Y)
Wisata alam (WA)	4,25	4,40	18,7
Fasilitas Destinasi (FD)	4,21	4,44	18,6
Wisata buatan (WB)	4,31	4,46	19,2
Daya tarik budaya (DB)	4,02	4,27	17,1
Suasana dan lingkungan (SL)	4,45	4,51	20,0%
Rerata	4,24	4,41	
Total	21,24	22,08	93,6

Sumber: Data Olahan Peneliti 2023

Hasil analisis IPA terhadap Kinerja Atraksi dilakukan dengan menggunakan diagram kartesius yang dibagi menjadi 4 Kuadran. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah menentukan perpotongan kedua sumbu membentuk empat kuadran dengan menghitung nilai rata-rata tingkat kinerja (X) dan tingkat kepentingan (Y). Hasil perhitungan menunjukkan nilai x sebesar 4,24 dan

Nilai Y sebesar 4,41. Rincian total ditampilkan pada Tabel 3 diatas.

Distribusi 5 atribut Kinerja Kualitas di klasifikasikan ke dalam kuadran I-IV. Ada 1 atribut menempati kuadran I, 2 atribut menempati kuadran II, 1 atribut menempati kuadran III dan 1 atribut menempati kuadran IV. Detail atribut-atribut tersebut terlihat pada gambar 2 dibawah ini:



Gambar 2. Diagram Importance Performance Analysis (IPA) Kinerja Kualitas

Sumber: Data Olahan peneliti 2023

Tabel 4. Perhitungan Nilai Kesenjangan (GAP)

ANALISIS KESENJANGAN (GAP)			
Atribut	Rata-rata Kepuasan (X)	Rata-rata Kepentingan (Y)	GAP (Rata-rata Y, Rata-rata X)
Wisata Alam (WA)	4.25	4.40	-0.15
Fasilitas Destinasi (Fd)	4.21	4.44	-0.23
Wisata Buatan (WB)	4.31	4.46	-0.15
Daya Tarik Budaya (DB)	4.02	4.27	-0.25
Suasana Dan Lingkungan (SL)	4.45	4.51	-0.05
TOTAL GAP		0.85	

Sumber: Data Olahan Peneliti 2023

Hasil perhitungan tingkat kepuasan dengan tingkat kepentingan di dapatkan GAP bernilai negatif (-) karena nilai rata-rata kepentingan (harapan) lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-rata kepuasan (kinerja) yang artinya pengunjung merasa kurang puas dengan kinerja atraksi yang didapatkan ketika berlibur ke destinasi wisata dikawasan Bandung Barat sehingga atribut-atribut pelayanan tersebut perlu dilakukan perbaikan.

1. Indeks Kepuasan Pengunjung (CSI)

Walaupun perhitungan GAP bernilai negatif karena nilai rata-rata kepentingan (harapan) lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-rata kepuasan (kinerja) namun pengukuran tingkat kepuasan tamu terhadap kinerja atraksi ditentukan dengan skor kepuasan tamu. Destinasi wisata dapat menggunakan hasil analisis skor CSI untuk menentukan tujuan meningkatkan kepuasan tamu selama mengunjungi destinasi wisata tabel dibawah ini menunjukan kepuasan tamu pada kinerja atraksi sebesar 85,00% (Sangat Puas) atau berada di kisaran 81,00-100,00. Perhitungan CSI mengadopsi teori yang diajukan oleh (E. Ervina dkk., 2021) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$CSI = \frac{T}{SY} \times 100 \%$$

$$CSI = \frac{93,6}{110,4} \times 100 \% = 85,00 \%$$

Tabel 5. Kriteria Customer Satisfaction Index (CSI)

Nilai Index (%)	Kriteria Customer Satisfaction Index (CSI)
81,00-100,00	Sangat Puas
66,00-80,99	Puas
51,00-65,99	Cukup puas
35,00-50,99	Kurang puas
0,00-34,99	Tidak puas

Sumber: Irawan 2004

B. PEMBAHASAN

Hasil analisis IPA berdasarkan hasil kuadran bagi pengelola destinasi adalah untuk mengetahui kinerja atraksi mana yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan kinerjanya. Kinerja Atraksi menunjukan bahwa Fasilitas Destinasi 2 (FD2) dengan indikator (Atraksi menyajikan fasilitas yang nyaman untuk berwisata) berada pada kuadran I yang artinya faktor ini dianggap sangat penting oleh pengunjung namun kinerjanya rendah dan belum memenuhi kepuasan pengunjung. Fakta lapangan menunjukan kurang terawatnya fasilitas bangunan yang sudah terlihat tua dan berlumut "*gedung dan fasilitasnya sudah banyak yg tdk terawat, terlihat tua dan lumutan*", lalu ditemukan minimnya tempat sampah seperti di kutip di "*Toilet bagus hanya trllu jauh, makanannya kurang rasa, utk penjual kurang ramah, minimnya tempat sampah, macett bgt kalo mau kesitu*" dikeluhkan oleh wisatawan melalui traveloka.com pada tahun 2023. Dapat disimpulkan bahwa

destinasi di atas kurang memperhatikan fasilitas yang menurut pengunjung sangat penting namun kinerjanya rendah. Maka dari itu pengelola destinasi diharapkan untuk meningkatkan fasilitas yang ada di destinasi wisata secara konsisten.

Bagian wisata buatan 3 (WB3) dan suasana dan lingkungan (SL5) berada di kuadran II dengan indikator (objek wisata tersebut menarik untuk dinikmati dan objek wisata tersebut memiliki pemandangan yang menarik) yang artinya faktor ini dianggap penting oleh pengunjung dan tingkat kepuasan relatif lebih tinggi. Maka dari itu pengelola destinasi diharapkan bisa mempertahankan kinerja atraksi pada objek wisata tersebut menarik untuk dinikmati dan objek wisata tersebut memiliki pemandangan yang menarik.

Pada kualitas daya tarik budaya 4 (DB4) berada di kuadran III dengan indikator (objek wisata tersebut membantu melestarikan warisan budaya) yang artinya tidak dianggap terlalu penting oleh pengunjung akan tetapi kinerjanya juga rendah. Sementara itu wisata alam 1 (WA1) berada di kuadran IV dengan indikator (objek wisata tersebut banyak dikelilingi pepohonan) yang artinya dianggap memiliki kepentingan yang tidak terlalu penting tetapi kinerjanya berlebihan. Maka dari itu diharapkan pengelola destinasi dapat memfokuskan kepada fasilitas area destinasi dan tidak berlebihan di area pepohonan.

Atribut kinerja atraksi dibagi menjadi 4 kuadran kartesius yaitu kuadran I terdapat 1 atribut, kuadran II terdapat 2 atribut, kuadran III terdapat 1 atribut dan kuadran IV terdapat 1 atribut. Distribusi masing-masing jenis atribut dapat dilihat dari Tabel 6:

Tabel 6. Distribusi Atribut Kinerja Atraksi Kuadran I-IV

Kuadran	Kode	Atribut
Kuadran I <i>High Importance/Low Performance</i>	Fasilitas destinasi 2 (FD2)	Atraksi menyajikan fasilitas yang nyaman untuk berwisata
Kuadran II <i>High Importance/High Performance</i>	Wisata buatan 3 (WB3)	objek wisata tersebut menarik untuk dinikmati
Kuadran II <i>High Importance/High Performance</i>	Suasana & lingkungan 5 (SL5)	objek wisata tersebut memiliki pemandangan yang menarik

Kuadran III <i>Low Importance/Low Performance</i>	Daya tarik budaya 4 (DB4)	objek wisata tersebut membantu melestarikan warisan budaya
Kuadran IV <i>Low Importance/High Performance</i>	Wisata Alam 1 (WA1)	objek wisata tersebut banyak dikelilingi pepohonan

Sumber: Data Olahan Peneliti 2023

Atribut yang terletak pada kuadran I menunjukkan kinerja atraksi yang dianggap penting oleh pengunjung namun belum memenuhi kepuasan pengunjung. Atribut yang terletak pada kuadran II menunjukkan kinerja atraksi yang memenuhi harapan tamu dan memiliki kinerja yang baik, sejalan dengan penelitian sebelumnya tentang ekspektasi pengunjung kinerja atraksi (Tarlow, 1999) menurutnya, atraksi wisata adalah “suatu tempat, aktivitas, ataupun objek yang memberikan kepuasan atau kenikmatan bagi pengunjung”.

Atribut yang terletak pada kuadran III menunjukkan kinerja atraksi rendah, yang memuat atribut dianggap kurang oleh tamu dan kinerjanya tidak terlalu prima atau biasa saja. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya tentang atraksi wisata menurut (Cooper 2014) bahwa atraksi adalah bentuk kegiatan budaya, keindahan alam dan event yang memotivasi wisatawan untuk datang berkunjung. Ini berarti atribut dalam hal ini kuadran memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan kinerjanya juga dianggap cacat oleh tamu. Atribut yang terletak pada kuadran IV menunjukkan kinerja atraksi yang dianggap tidak terlalu penting oleh pengunjung namun berlebihan.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Kinerja atraksi memiliki peran penting dalam destinasi wisata. Mengelola kinerja atraksi merupakan strategi pemasaran yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang bahkan merekomendasikan kepada yang lain. Kemampuan dalam memberikan kenyamanan dalam berwisata merupakan pertimbangan pengunjung dalam mengunjungi suatu destinasi wisata. Penilaian indeks kepuasan (CSI) terhadap kinerja atraksi menunjukkan bahwa tamu sangat puas. Penelitian ini menjelaskan bahwa meskipun pengunjung menunjukkan adanya ketidakpuasan dalam fasilitas di dalam kinerja

atraksi, namun secara umum mereka merasa puas dengan kinerja atraksi yang ada di destinasi wisata kawasan bandung barat, namun dalam praktiknya destinasi di bandung barat masih memiliki ruang untuk meningkatkan kinerja atraksi. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya perlu mengkaji lebih detail di setiap destinasi terutama dalam kinerja atraksi. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan dalam mengevaluasi kinerja atraksi dalam jangka panjang.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Kinerja Kualitas Atraksi di Destinasi Wisata.

DAFTAR RUJUKAN

- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas Daya Tarik wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, 11(2).
- Desi, D., & Sagala, E. (2018). Analisis PPH 21 terhadap Gaji Karyawan pada PT. Kencana Utama Sejati. *Jurnal Bisnis Kolega*.
- Ervina, E., Taufiq, R., & Masatip, A. (2021). Guest Satisfaction on Star Hotel Preparedness In New Normal Era of Covid-19. *Asia Pacific Management and Business Application*, 010(01), 21–38.
- Ervina, E. , & O. V. (2017). Visitor Behavior at Theme Parks as an Urban Tourism in the City of Bandung, Indonesia. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 2(1), 131-142.
- Ervina, E. , W. S. R. P. , & O. V. (2020). Tourist perception of visitor management strategy in North Bandung Protected Area. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 6(2), 303.
- Haya, A. V., Davenport, T. H., & Prusak, L. (2019). Klasifikasi Jenis Data Penelitian.
- Novrizta, D. (2018). Hubungan Antara Minat Membaca dengan Keterampilan Menulis Karangan Narasi Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 1(1), 104–124.

Saway, W. V., & Alvianna, S., Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2021). Dampak Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari Terhadap

Kepuasan Wisatawan Berkunjung. Pariwisata Budaya.

Surya Dharma. (2005;25).

<https://materi.co.id/manajemen-kinerja>