

PERBEDAAN PENILAIAN PENGUNJUNG KELUARGA DAN NON-KELUARGA TERHADAP ATRIBUT WISATA DAERAH PERBUKITAN DI BANDAR LAMPUNG

(DIFFERENCES IN ASSESSMENTS OF FAMILY AND NON-FAMILY VISITORS' REGARDING THE ATTRIBUTES OF HILLY AREA TOURISM IN BANDAR LAMPUNG)

Muhammad Daffa Nurhanif, Agus Hudoyo*, Yaktiworo Indriani

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No.1 Bandar Lampung 35145, Telp. 08127958394, e-mail: agus.hudoyo@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyse the differences between family visitors and non-family visitors in assessing the importance of the attributes of hilly area tourism and to rank the importance of these attributes. Additionally, it seeks to analyse which performance-related qualities should be preserved and which require improvement. 35 family visitors and 35 non-family visitors were interviewed for 16 qualities as part of this study's survey methodology. Probability sampling was used to choose the sample. Importance Performance Analysis (IPA) and the Mann-Whitney test were used for data analysis. When evaluating the value of traits, family visitors and non-family visitors differ in six ways, according to the results of the Mann-Whitney test. Meanwhile, the five attributes with the highest importance rankings in the assessment based on family visitors were comfort while traveling, scenery, air quality, safety while traveling, and food courts. In contrast, the assessment of non-family visitors highlights the five attributes with the highest importance rankings as air quality, scenery, comfort while traveling, tranquillity while traveling, and price. Furthermore, the combined results of the IPA analysis on family visitors and non-family visitors concluded that there were five attributes that need to be improved and nine attributes that need to maintain their performance.

Key words: Attributes, Family and Non-family, Importance and Performance, and Importance Performance Analysis (IPA).

Received: 11 November 2025 Revised: 16 November 2025 Accepted: 28 February 2025 DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v13i1.9950>

PENDAHULUAN

Kemajuan sektor pariwisata di Indonesia saat ini tengah berlangsung pesat. Pertumbuhan industri pariwisata ini menawarkan peluang besar dan memberikan manfaat yang signifikan bagi berbagai pihak, termasuk pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta. Fenomena ini disebabkan oleh peran strategis pariwisata sebagai aset yang berpotensi menghasilkan pendapatan signifikan bagi pemerintah dan masyarakat yang tinggal disekitar destinasi wisata. Diperlukan perencanaan dan perancangan yang matang untuk mengembangkan sektor pariwisata. Tidak hanya pemerintah sebagai pengatur utama, namun juga pelaku bisnis disektor swasta yang semakin menyadari persaingan yang ketat dan pentingnya

faktor lingkungan yang lebih luas dalam mencapai kesuksesan.

Lampung sebagai salah satu wilayah di Indonesia, juga memiliki potensi alam dan budaya yang bisa dijadikan destinasi wisata alam yang menarik. Potensi tersebut mencakup panorama alam yang menakjubkan yang dikelilingi oleh berbagai jenis tumbuhan, bukit yang hijau, dan iklim yang menyegarkan. Banyak objek wisata yang indah terletak di Kota Bandar Lampung, termasuk perbukitan, pegunungan yang alami, dan tempat-tempat budaya.

Minat masyarakat Indonesia terhadap berkunjung ke objek wisata alam tergolong tinggi termasuk di Provinsi Lampung. Dalam mengunjungi atau berekreasi ke destinasi wisata

alam, pengunjung bisa memilih untuk berkunjung bersama keluarga, kerabat, ataupun seorang diri. Rekreasi keluarga merupakan kenyataan sosial yang terjadi sebagai akibat dari dinamika perubahan struktur sosial dan demografi (Schanzel dan Yoeman, 2024).

Kota Bandar Lampung menawarkan salah satu objek wisata yang memperlihatkan pemandangan perbukitan kepada pengunjungnya, dengan spot foto yang menghadirkan pemandangan hijau di bawahnya dan suasana lingkungan yang masih alami. Semua ini menjadi faktor kunci dalam menjaga kelangsungan perkembangan sektor pariwisata di kota tersebut. Objek wisata tersebut adalah wisata daerah perbukitan yang resmi dibuka pada 2022, taman wisata ini memiliki harapan untuk meningkatkan jumlah pengunjung dimasa depan.

Keanekaragaman pengunjung suatu objek wisata menjadi suatu tantangan yang penting untuk diperhatikan. Salah satunya adalah perbedaan dari jenis pengunjung, yaitu pengunjung keluarga dan pengunjung non-keluarga.

Menurut (Ali, 2010) Keluarga terdiri dari dua atau lebih individu yang tinggal di rumah yang sama, memiliki hubungan darah, pernikahan, atau adopsi, terlibat dalam permainan peran, serta menciptakan dan melestarikan budaya.

Non-keluarga, yaitu sekelompok orang yang tidak terikat secara hukum dalam suatu pernikahan, atau yang disatukan bukan karena pernikahan, darah, atau adopsi namun dapat berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain untuk menciptakan peran sosial sebagai teman atau sahabat dengan tetap mempertahankan budaya yang sama, keluarga terdiri dari dua orang atau lebih yang dibentuk berdasarkan ikatan pernikahan yang sah, dapat memenuhi kebutuhan hidup yang layak secara spiritual dan materiil, serta seimbang antara anggota keluarga dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Soekanto, 2004).

Kedua terminologi antara keluarga dan non-keluarga akan memiliki persepsi yang berbeda. Oleh karena itu, akan dicari perbedaannya antara pengunjung keluarga dan non-keluarga dalam menilai atribut kepentingan di dalam mengapresiasi tempat wisata daerah perbukitan di Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Wisata daerah perbukitan yang terletak di Way Gubak, Sukabumi, Kota Bandar Lampung, salah satunya adalah wisata Bukit XX yang merupakan lokasi penelitian. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*purposive*) di wisata Bukit XX dengan pertimbangan bahwa wisata alam ini beroperasi hingga saat ini, menarik banyak pengunjung, terletak di daerah yang strategis, dan menghadapi persaingan dengan usaha sejenis. Metode survei adalah metodologi yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan untuk mendapatkan gambaran umum mengenai sifat-sifat populasi yang diwakili oleh sampel. (Sukardi (2007).

Menurut Cohen dkk., (2018), jumlah minimal sampel pada suatu penelitian yaitu sebanyak 30 orang responden. Penelitian ini, jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 70 orang responden yang terbagi dari 35 responden pengunjung keluarga dan 35 responden pengunjung non-keluarga.

Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan mengundi jumlah meja yang ditempati oleh wisatawan pada periode penelitian tertentu, yang menggunakan teknik *probability sampling*. Pengambilan sampel mingguan terdiri dari 18 sampel, di mana 9 adalah pengunjung keluarga dan 9 adalah pengunjung non-keluarga; dalam satu minggu, hanya ada 16 sampel, di mana 8 adalah pengunjung keluarga dan 8 adalah pengunjung non-keluarga, sehingga jumlah sampel menjadi 70 sampel. Penelitian ini dilakukan selama bulan Mei dan Juni 2024.

Data primer dan sekunder adalah dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan menggunakan kuesioner yang telah dibuat sebelumnya sebagai instrumen pengumpulan informasi, responden yang hadir di lokasi penelitian diwawancarai untuk mengumpulkan data primer. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari penelitian sebelumnya, tinjauan pustaka, laporan, jurnal ilmiah, dan organisasi atau lembaga terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandar Lampung, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandar Lampung, dan sumber-sumber literatur lainnya yang relevan dengan subjek penelitian.

Dalam hal atribut yang diteliti, kuesioner dibuat mencakup 16 atribut yang dikelompokkan menjadi 3 kelompok yaitu kelompok atribut wujud fisik, jaminan, dan empati. Untuk menganalisa data, diperlukan metode analisis deskriptif kuantitatif yang meliputi analisis *Mann-Whitney* dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

Metode ini bertujuan untuk memproses dan mendeskripsikan data dalam bentuk aslinya yang telah dikumpulkan, serta mendukung pengujian validitas dan reliabilitas. Untuk melaksanakan penilaian terhadap pentingnya dan kinerja dari setiap atribut yang diteliti, digunakan skala *likert* yang berentang dari satu hingga lima, seperti yang diuraikan dalam Tabel 1. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi secara akurat dan analitis aspek-aspek yang memerlukan peningkatan atau pemeliharaan kinerja di wisata daerah perbukitan.

Skala diferensial semantik Likert, sebuah skala untuk mengukur sikap, digunakan untuk mengumpulkan data subjek untuk penelitian ini. Skala ini bukan berbentuk pilihan ganda atau daftar periksa, melainkan disusun dalam sebuah garis kontinu dengan respons yang sangat positif di sisi kanan dan respons yang sangat negatif di sisi kiri, atau sebaliknya. (Sumanto, 2014).

Dalam tahapan awal penelitian, proses verifikasi keakuratan dan konsistensi instrument penelitian dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas. Apabila secara statistik signifikan, maka atribut tersebut valid dan sebaliknya jika tidak signifikan, maka atribut tersebut tidak valid dan tidak dapat digunakan dalam penelitian (Ghozali 2009).

Atribut-atribut tersebut adalah pemandangan, kualitas udara, wahana bermain, harga, tempat parkir, toilet, tempat ibadah, kebersihan, *foodcourt*, kemah, kenyamanan berwisata, ketenangan berwisata, keamanan berwisata, kemudahan pembayaran, keramahan pegawai, dan kepekaan pegawai, seperti yang diuraikan dalam Tabel 2. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai korelasi untuk masing-masing dari atribut 16 atribut, baik dalam aspek kepentingan maupun kinerja, melebihi nilai r-tabel. Hal ini menandakan kevalidan semua atribut yang diteliti.

Tabel 1. Skala *likert* pengukuran atribut

Skor	Kepentingan	Kinerja
1	Sangat tidak penting	Sangat tidak baik
2	Tidak penting	Tidak baik
3	Netral	Netral
4	Penting	Baik
5	Sangat penting	Sangat baik

Tabel 2. Kelompok atribut wisata daerah perbukitan

Kelompok Atribut	Atribut
Wujud Fisik	Pemandangan
	Kualitas udara
	Wahana Bermain
	Harga
	Tempat Parkir
	Toilet
	Tempat ibadah
	Kebersihan
	<i>Foodcourt</i>
	Kemah
Jaminan	Kenyamanan berwisata
	Ketenangan berwisata
	Keamanan berwisata
	Kemudahan pembayaran
Empati	Keramahan pegawai
	Kepekaan pegawai

Selanjutnya, analisis reliabilitas dengan menggunakan nilai Cronbach alpha menghasilkan angka sebesar 0,779 untuk atribut kepentingan dan sebesar 0,725 untuk atribut kinerja, menegaskan keandalan dari 16 atribut tersebut dalam penelitian. Kesimpulan, kedua pengujian tersebut memastikan bahwa aatribut-atribut yang dianalisis dalam penelitian ini memiliki kevalidan dan reliabilitas yang tinggi, sehingga layak digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan analisis lebih lanjut.

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama menganalisis perbedaan pengunjung keluarga dan non-keluarga dalam menilai atribut kepentingan dan kinerja adalah uji *Mann-Whitney* merupakan uji statistik non parametrik yang dilakukan untuk mengetahui perbedaan median dua kelompok bebas jika skala data variabel terikatnya adalah ordinal atau rasio, tetapi tidak berdistribusi secara normal. Uji *Mann-Whitney* dapat dilakukan dengan rumus berikut ini:

$$U1 = (n1.n2) + \frac{n1(n1+1)}{2} - R1.....(1)$$

$$U1 = (n1.n2) + \frac{n2(n2+1)}{2} - R2.....(2)$$

Keterangan:

- U1 = Jumlah peringkat 1
- U2 = Jumlah peringkat 2
- n1 = Jumlah sampel 1

n2 = Jumlah sampel 2
 R1 = Jumlah rangking pada sampel n1
 R2 = Jumlah rangking pada sampel n2

Pada penelitian ini, Uji *Mann-Whitney* dilakukan menggunakan *software* SPSS, dengan fokus pada nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang tercantum dalam tabel hasil uji statistik. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 5 persen ($\alpha=0,05$).

Importance Performance Analysis (IPA) adalah teknik untuk menilai kinerja dan signifikansi atribut yang digunakan untuk menjawab tujuan ketiga. Tujuan utama IPA, menurut Algifari (2016), adalah sebagai alat yang membantu dalam mengklasifikasikan kualitas sesuai dengan kepentingan relatifnya untuk memastikan apakah suatu produk atau layanan berkinerja buruk atau berlebihan. Menurut Supranto (2006), berikut ini adalah prosedur yang harus dilakukan dalam melakukan analisis dengan menggunakan metode IPA.

a. Menghitung rata-rata penilaian kinerja (kepuasan) dan kepentingan untuk setiap atribut dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{n} \dots\dots\dots(3)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{n} \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

- \bar{X} : Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut ke-i
- \bar{Y} : Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut ke-i
- Xi : Jumlah skor penilaian kinerja atribut ke-i
- Yi : Jumlah skor penilaian kepentingan atribut ke-i
- n : Jumlah responden

b. Menghitung rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) dan kepentingan untuk keseluruhan atribut dengan rumus:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{K} \dots\dots\dots(5)$$

$$Y = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{K} \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan:

- X : Nilai rata-rata kinerja seluruh atribut
- Y : Nilai rata-rata kepentingan seluruh atribut
- Xi : Skor rata-rata penilaian kinerja atribut ke-i

Yi : Skor rata-rata penilaian kepentingan atribut ke-i
 K : Jumlah atribut

Setelah mendapatkan bobot nilai untuk performa serta kepentingan atribut, juga bobot rata-rata berikutnya adalah memroses nilai tersebut kedalam sebuah diagram cartesius. Diagram ini dibagi menjadi empat kuadran: kuadran prioritas utama yang harus diperhatikan (I), kuadran untuk mempertahankan prestasi (II), kuadran dengan prioritas lebih rendah (III), dan kuadran yang menunjukkan kelebihan (IV).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin dan Usia Responden

Responden dalam penelitian ini memiliki rentang usia antara 19 hingga 53 tahun dan pernah mengunjungi wisata daerah perbukitan. Berdasarkan Tabel 3, yang merinci karakteristik responden berdasarkan usia dan jenis kelamin yang mengunjungi wisata daerah perbukitan, secara keseluruhan terdapat 39 responden atau 55,71% yang berusia antara 19 hingga 32 tahun, dengan 29 laki-laki dan 10 perempuan, dan 31 responden atau 44,29% berusia antara 33 hingga 53 tahun, dengan 23 laki-laki dan 8 perempuan. Dapat disimpulkan bahwa 28,57% orang yang paling sering mengunjungi wisata daerah perbukitan atau yang mendominasi area tersebut berusia antara 26 dan 32 tahun.

Pekerjaan dan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan pada Tabel 4 dijelaskan jenis pekerjaan dan tingkat pendidikan pengunjung wisata daerah perbukitan bahwa kategori pekerjaan pegawai swasta memiliki jumlah tertinggi dengan total 21 orang atau 30% terdiri dari tingkat pendidikan perguruan tinggi berjumlah 19 orang dan SMA berjumlah 2 orang. Jumlah pengunjung terendah dengan kategori pekerjaan yaitu wiraswasta/pengusaha memiliki jumlah sebesar 11

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia

Usia (tahun)	Keluarga		Non-keluarga		Jumlah		Persentase jumlah (%)
	L	P	L	P	L	P	
19-25	7	2	6	4	13	6	27,14
26-32	9	3	7	1	16	4	28,57
33-39	4	2	4	3	8	5	18,57
40-46	4	0	4	0	8	0	11,43
47-53	3	1	4	2	7	3	14,29
Total	27	8	25	10	52	18	100

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dan tingkat pendidikan

Pekerjaan	Keluarga		Non-keluarga		Jumlah		Persentase jumlah (%)
	SMA	PT	SMA	PT	SMA	PT	
PNS	0	11	1	2	1	13	20,00
BUMN	0	5	0	6	0	11	15,71
Karyawan Swasta	1	9	1	10	2	19	30,00
Pengusaha	2	1	2	6	4	7	15,71
Mahasiswa	6	0	7	0	13	0	18,57
Total	9	26	11	24	20	50	100,00

orang atau 16% yang terdiri dari tingkat pendidikan SMA sebanyak 4 orang dan perguruan tinggi sebanyak 7 orang.

Berdasarkan tingkat pendidikan, perguruan tinggi memiliki jumlah lebih banyak dibandingkan dengan SMA yang memiliki jumlah masing-masing 50 orang dan 20 orang. Berbeda dengan penelitian di Deivha Café yang diteliti oleh Muslimah dkk., (2024) yakni pendidikan terakhir terbanyak adalah SMA dan untuk jumlah atau persentase pekerjaan terbanyak adalah mahasiswa/pelajar.

Jarak Tempuh dan Alat Transportasi

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan distribusi waktu tempuh dalam menit dan jarak tempuh dalam kilometer untuk dua jenis kendaraan, mobil dan motor. Kondisi jalan yang relatif kecil membuat mobil harus bergantian saat posisi jalannya menanjak ataupun kecil, maka dari itu diperlukannya petugas yang membantu mengatur. Tabel tersebut menunjukkan distribusi penggunaan moda transportasi motor dan mobil berdasarkan jarak tempuh dalam kilometer (km) untuk keluarga dan non-keluarga. Pada jarak tempuh kurang dari 16 km, penggunaan moda transportasi motor dan mobil oleh keluarga dan non-keluarga sangat tinggi dengan total 9 kendaraan motor dan 38 mobil, yang menyumbang persentase 67,14% dari total perjalanan.

Waktu Tempuh dan Alat Transportasi

Tabel 6 menampilkan distribusi penggunaan moda transportasi (motor dan mobil) oleh keluarga dan non-keluarga berdasarkan waktu tempuh (dalam menit). Pada waktu tempuh di bawah 19 menit, terdapat 2 kendaraan yang digunakan, dengan persentase total 2,86%, menunjukkan penggunaan transportasi yang rendah untuk waktu tempuh singkat. Sebaliknya, penggunaan moda transportasi paling banyak terjadi pada waktu tempuh antara

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan jarak tempuh dan alat transportasi

Jarak (km)	Keluarga		Non-keluarga		Jumlah		jumlah (%)
	motor	mobil	motor	mobil	motor	mobil	
<16	4	23	5	15	9	38	67,14
16-30	0	6	1	6	1	12	18,57
31-45	0	1	2	3	2	4	8,57
46-60	0	0	0	2	0	2	2,86
>60	0	1	0	1	0	2	2,86
Total	4	31	8	27	12	58	100

Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan waktu tempuh dan alat transportasi

Waktu (Menit)	Keluarga		Non-keluarga		Jumlah		jumlah (%)
	motor	mobil	motor	mobil	motor	mobil	
<19	0	1	0	1	0	2	2,86
19-36	4	23	6	13	10	36	65,71
37-54	0	3	0	6	0	9	12,86
55-72	0	2	1	3	1	5	8,57
>72	0	2	1	4	1	6	10,00
Total	4	31	8	27	12	58	100,00

19 hingga 36 menit, dengan total 46 kendaraan (65,71%). Ini mengindikasikan bahwa mayoritas perjalanan yang dilakukan oleh keluarga maupun non-keluarga terjadi dalam rentang waktu ini, dengan kecenderungan lebih tinggi pada penggunaan mobil daripada motor.

Hasil ini sejalan dengan Putra dkk., (2023) yang meneliti di wisata alam Air Terjun Batu Putu Kota Bandar Lampung, yakni jumlah atau persentase pengunjung tempat wisata dengan waktu yang ditempuh ke tempat wisata tergolong tertinggi dengan waktu kurang dari 60 menit. Berbeda dengan penelitian di Pantai Cahaya dan Pantai Sendang Sikucing Kendal yang diteliti oleh Marwulandari dkk., (2019) yakni alat transportasi motor menempati persentase tertinggi dibandingkan mobil.

Jumlah Kunjungan dan Pendapatan

Pada Tabel 7 dapat dilihat distribusi kunjungan ke suatu tempat berdasarkan pendapatan responden dan jumlah kunjungan, dengan pengelompokan pengunjung menjadi keluarga dan non-keluarga. Pengunjung keluarga dengan pendapatan kurang dari Rp3.000.000 cenderung melakukan kunjungan sekali dengan 10 responden. Pengunjung keluarga dengan pendapatan Rp3.000.000-Rp5.000.000 sebagian besar melakukan kunjungan 2-3 kali, dengan jumlah 13 responden, sedangkan yang mengunjungi lebih dari 3 kali ada 5 responden. Responden non-keluarga dengan pendapatan kurang dari Rp3.000.000 lebih sering melakukan kunjungan sekali, dengan 5 responden, dan 2-3 kali

Tabel 7. Karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan dan pendapatan

Pengunjung	Pendapatan responden (Rp)	Jumlah Kunjungan			Total	%
		1 kali	2-3 kali	> 3 kali		
Keluarga	< 3.000.000	10	-	-	10	14,29
	3.000.000-5.000.000	3	13	5	21	30,00
	> 5.000.000	2	2	-	4	5,71
Non-keluarga	< 3.000.000	5	3	-	8	11,43
	3.000.000-5.000.000	5	13	3	21	30,00
	> 5.000.000	-	4	2	6	8,57
Total		25	35	10	70	100

dengan 3 responden. Responden non-keluarga dengan pendapatan Rp3.000.000 - Rp5.000.000 sebagian besar melakukan kunjungan 2-3 kali, sebanyak 13 responden, dan 3 responden mengunjungi lebih dari 3 kali.

Perbedaan Penilaian Atribut Kepentingan

Uji *Mann-Whitney* dengan tingkat signifikansi 5% adalah metode analisis yang digunakan untuk pengujian ini. Selanjutnya, skor kepentingan diperoleh dari nilai rata-rata atribut-atribut. Atribut-atribut tersebut terdiri dari tiga kelompok yaitu wujud fisik, jaminan, dan empati. Skor kepentingan dan signifikansi penilaian atribut kepentingan dapat dilihat pada Tabel 8 yang menunjukkan urutan prioritas atribut berdasarkan penilaian rata-rata tingkat kepentingan tertinggi dari pengunjung wisata daerah perbukitan, baik bagi pengunjung keluarga maupun non-keluarga. Ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang dianggap paling penting oleh pengunjung dalam kedua konteks tersebut.

Tabel 8. Sebaran penilaian atribut kepentingan

No	Atribut	Skor kepentingan		Signifikansi
		keluarga	non-keluarga	
Wujud Fisik				
1	Pemandangan	4,23	4,29	0,990
2	Udara	4,17	4,31	0,411
3	Wahana Bermain	3,77	2,29	0,000
4	Harga	3,74	3,94	0,217
5	Tempat Parkir	3,94	3,77	0,227
6	Toilet	3,80	3,80	0,980
7	Tempat ibadah	3,69	3,74	0,752
8	Kebersihan	3,71	3,91	0,188
9	Foodcourt	4,03	2,40	0,000
10	Kemah	2,54	3,71	0,000
Jaminan				
11	Kenyamanan berwisata	4,43	4,26	0,270
12	Ketenangan berwisata	2,91	4,20	0,000
13	Keamanan berwisata	4,06	3,83	0,168
14	Kemudahan pembayaran	2,63	3,40	0,000
Empati				
15	Keramahan pegawai	3,66	3,86	0,245
16	Kepekaan pegawai	2,83	2,34	0,018

Atribut dengan skor tertinggi dari seluruh atribut bagi pengunjung keluarga dan non-keluarga adalah atribut kenyamanan berwisata dan pemandangan dengan skor masing-masing sebesar 4,43 dan 4,29. Hal ini berarti para pengunjung yang berkunjung ke wisata daerah perbukitan sangat mementingkan kenyamanan berwisata dan pemandangan sebagai alasan dalam melakukan kunjungan pada wisata daerah perbukitan.

Perbedaan Perangkingan Atribut Kepentingan

Penilaian atribut kepentingan juga dilakukan perangkingan untuk mengetahui atribut apa yang menjadi alasan pengunjung melakukan kunjungan ke wisata daerah perbukitan. Hasil perangkingan dapat dilihat pada Tabel 9 yang diperoleh dari urutan rata-rata atribut-atribut.

Berdasarkan perangkingan, atribut yang masuk dalam 5 tertinggi berdasarkan penilaian pengunjung keluarga adalah kenyamanan berwisata (1), pemandangan (2), udara (3), keamanan berwisata (4) dan *foodcourt* (5), sedangkan berdasarkan penilaian pengunjung non-keluarga adalah udara (1), pemandangan (2), kenyamanan berwisata (3), ketenangan berwisata (4), dan harga (5).

Importance Performance Analysis (IPA)

Metode IPA dilakukan melalui analisis nilai rata-rata kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut, yang kemudian diproses menggunakan SPSS untuk menghasilkan diagram Kartesius. Diagram ini terbagi menjadi empat kuadran, dengan setiap kuadran memiliki fokus strategis yang berbeda: Kuadran I mengidentifikasi area yang memerlukan

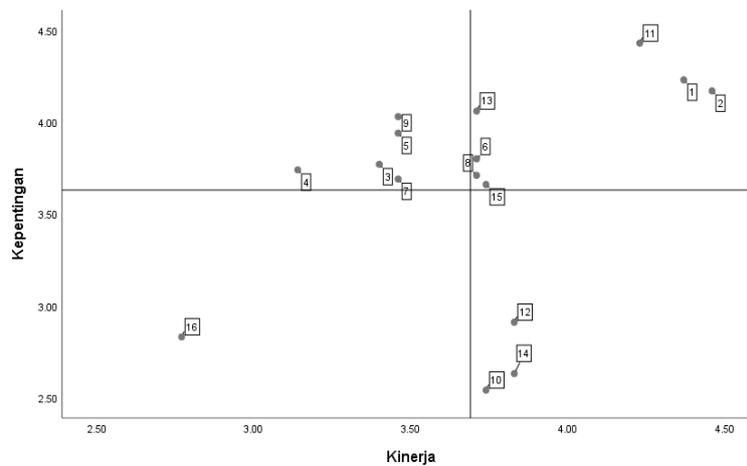
Tabel 9. Sebaran perangkingan atribut kepentingan

No	Atribut	Rangking	
		keluarga	non-keluarga
Wujud Fisik			
1	Pemandangan	2	2
2	Udara	3	1
3	Wahana Bermain	8	16
4	Harga	9	5
5	Tempat Parkir	6	10
6	Toilet	7	9
7	Tempat ibadah	11	11
8	Kebersihan	10	6
9	Foodcourt	5	14
10	Kemah	16	12
Jaminan			
11	Kenyamanan berwisata	1	3
12	Ketenangan berwisata	13	4
13	Keamanan berwisata	4	8
14	Kemudahan pembayaran	15	13
Empati			
15	Keramahan pegawai	12	7
16	Kepekaan pegawai	14	15

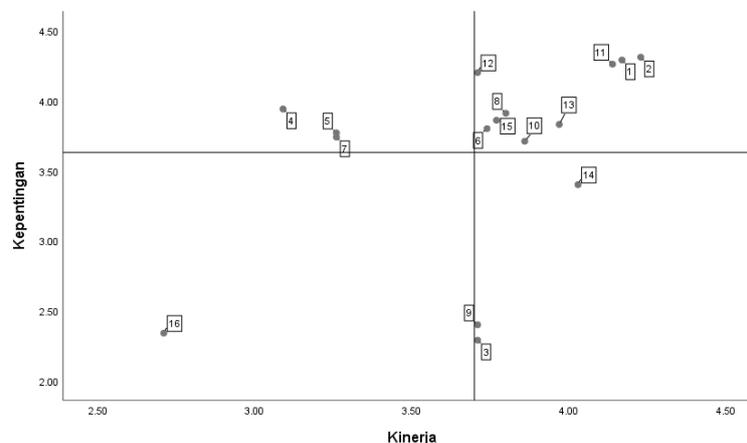
prioritas utama, sedangkan kuadran II menekankan pada dipertahankan keunggulan yang ada. Kuadran III menunjuk pada area dengan prioritas yang lebih rendah, dan Kuadran IV menandakan aspek yang sudah melampaui ekspektasi.

Posisi atribut dalam kuadran diagram Kartesius dalam IPA ditentukan berdasarkan penilaian terhadap tingkat kepentingan dan performa mereka. Penempatan setiap atribut dalam kuadran ini memandu langkah-langkah perbaikan dan peningkatan yang harus diambil. Skor rata-rata yang menggambarkan kepentingan pengunjung keluarga

terhadap wisata daerah perbukitan adalah sebesar 3,63, sementara nilai kinerja dicatat pada angka 3,69. Lain halnya, skor rata-rata yang menggambarkan kepentingan pengunjung non-keluarga terhadap wisata daerah perbukitan adalah sebesar 3,63, sementara nilai kinerja dicatat pada angka 3,70. Skor ini kemudian dianalisis lebih lanjut melalui pembuatan diagram Cartesius, di mana sumbu Y mewakili kepentingan dan sumbu X melambangkan kinerja. Analisis yang mendetail dari atribut wisata daerah perbukitan menggunakan metode Uji IPA tergambar dalam diagram pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Diagram IPA pengunjung keluarga



Gambar 2. Diagram IPA pengunjung non-keluarga

Prioritas Utama dan Pertahankan Prestasi (Kuadran I dan II)

Pada kuadran I (satu) menunjukkan atribut yang diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan, karena atribut pada bagian ini dianggap sangat penting namun masih dianggap kurang memuaskan oleh pengunjung. Perlu adanya perbaikan yang dilakukan pengelola wisata daerah perbukitan untuk menjaga loyalitas pengunjung. Atribut yang

terdapat pada kuadran ini memiliki perbedaan antara pengunjung keluarga dan non-keluarga, yaitu terletak pada atribut wahana bermain dan *foodcourt*. Meski kedua atribut ini terletak pada kuadran yang berbeda pada pengunjung keluarga dan non-keluarga, kedua atribut ini tetap harus dioptimalkan kinerjanya secara gabungan. Akan tetapi, terdapat persamaan letak atribut pada kuadran I antara pengunjung keluarga dan non-keluarga yaitu harga, tempat parkir, dan tempat ibadah. Tingkat

kesenangan relatif tinggi di Kuadran II karena terdiri dari fitur-fitur yang dianggap penting oleh pengunjung dan sesuai dengan perasaan mereka. Kekuatan dan keunggulan perusahaan terwakili dalam kuadran ini dan harus dipertahankan. Terdapat perbedaan antara sifat-sifat keluarga dan non-keluarga dalam kuadran ini, khususnya yang berkaitan dengan berkemah dan kedamaian dan ketenangan perjalanan.

Prioritas Rendah (Kuadran III)

Karakteristik di Kuadran III dipandang kurang signifikan oleh wisatawan, dan kinerjanya sebenarnya tidak terlalu memuaskan karena diyakini bahwa karakteristik di kuadran III tidak terlalu berpengaruh terhadap kebahagiaan wisatawan, maka wisata daerah perbukitan tidak perlu melakukan upaya tambahan untuk memperbaikinya. Temuan analisis untuk karakteristik pengunjung keluarga dan non-keluarga-khususnya sifat kepekaan staf-sebenarnya sebanding dalam kuadran ini. Secara khusus, ciri kepekaan karyawan tidak berada di kuadran III, yang berbeda dengan penelitian di Pantai Mutun yang dilakukan oleh (Novintara dkk., 2022).

Berlebihan (Kuadran IV)

Kuadran IV menampilkan kualitas yang kurang signifikan, meskipun kinerjanya sangat tinggi. Untuk mengoptimalkan kualitas di kuadran I, atribut-atribut di kuadran ini dapat menerima sedikit perhatian. Temuan perbandingan antara pengunjung keluarga dan non-keluarga berdasarkan kriteria dalam kuadran ini, khususnya kenyamanan pembayaran.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan analisis, dapat disimpulkan bahwa secara statistik terdapat perbedaan signifikan antara pengunjung keluarga dan pengunjung non-keluarga dalam menilai atribut kepentingan yaitu wahana bermain, *foodcourt*, kemah, ketenangan berwisata, kemudahan pembayaran, dan kepekaan pegawai. Lima atribut yang mempunyai rangking kepentingan tertinggi pada penilaian berdasarkan pengunjung keluarga yaitu kenyamanan berwisata, pemandangan, udara, keamanan berwisata, dan *foodcourt*. Menurut penilaian pengunjung non-keluarga dalam lima atribut yang mempunyai rangking kepentingan tertinggi yaitu udara, pemandangan, kenyamanan berwisata, ketenangan berwisata, dan harga. Atribut yang harus ditingkatkan kinerjanya adalah wahana bermain, harga, tempat parkir, tempat ibadah, dan

foodcourt. Atribut yang harus dipertahankan kinerjanya adalah pemandangan, udara, toilet, kebersihan, kemah, kenyamanan berwisata, ketenangan berwisata, keamanan berwisata, dan keramahan pegawai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, 2010. *Konsep Dukungan Keluarga*. Jakarta: Salemba Medika.
- Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Layanan, Cetakan Ke-1*. BPFEE.
- Cohen, L., Manion, L., dan Morrison, K. 2018. *Research Methods in Education (8th ed.)*. London. Routledge.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi ke-4*. Universitas Diponegoro.
- Marwulandari, R., Wijaya Saputra, S., Anhar Solichin. 2019. Valuasi Ekonomi Kegiatan Pariwisata di Pantai Cahaya dan Pantai Sendang Sikucing Kendal. In *Journal Of Maquares* (Vol. 8, Issue 2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/maquares> [23 Oktober 2024]
- Muslimah, P. A., Indriani, Y., & Adawiyah, R. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Dievha Café Di Kecamatan Sumber Jaya Kabupaten Lampung Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 12(1), 23-30. <https://doi.org/10.23960/jiia.v12i1.8105> [22 Oktober 2024]
- Novintara, I. A. V., Hudoyo, A., & Sulaiman, A. (2022). Analisis Kepentingan - Kinerja Atribut Destinasi Wisata Pantai Mutun di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(1), 108-115. <https://doi.org/10.23960/jiia.v10i1.5698> [22 Oktober 2024]
- Putra, R.E., Yuwono, S.B., Herwanti, S., dan Wulandari, C. 2023. Karakteristik Pengunjung Pada Wisata Alam Air Terjun Batu Putu Kota Bandar Lampung. *Jurnal Belantara*, 6(1), 1–11.
- Schanzel, H.A dan Yeoman, I. 2014. The Future of Family Tourism. *Tourism Recreation Research*. Vol 39: 343-360.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta.: Rineka Cipta.
- Soekanto, Soerjono. 2004. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukardi. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sumanto. 2014. Teori dan Aplikasi Metode Penelitian. Dalam Sumanto, *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service).