

PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA GUNUNG DEMPO PAGAR ALAM SUMATERA SELATAN

GUSTIANA¹
ELVERA²
LAILI DIMYATI³

¹ Alumni STIE Lembah Dempo
^{2 & 3} Dosen STIE Lembah Dempo
E-mail : elvera@lembahdempo.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Kota Pagar Alam Sumatera Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode analisa kualitatif dan kuantitatif, analisa kualitatif yaitu dengan membandingkan tabel hasil dari kuesioner dan wawancara, lalu diberikan interpestasi untuk menjelaskan semua hasil analisis data dan analisis kuantitatif yaitu suatu analisa yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan dihitung dengan menggunakan rumus statistik, khususnya pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Kota Pagar Alam Sumatera Selatan dengan mengembangkan dan menguji kebenaran suatu teori dengan cara mengumpulkan dan mencatat serta menganalisa data-data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Kota Pagar Alam. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana didapat signifikansi sebesar 0,000. Nilai 0,000 ini $< 0,05$ dengan nilai konstanta regresi sederhana : 4,970, koefisien regresi variabel citra destinasi : 0,770. Hal ini berarti H_0 Ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh antara citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Kota Pagar Alam Sumatera Selatan.

Kata Kunci : *Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian suatu negara tergantung dari sumber-sumber perekonomian yang ada dinegara tersebut. Salah satu perolehan suatu negara selain sektor migas dan non migas adalah melalui sektor pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi

suatu negara. Dengan adanya pariwisata, suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada mendapat pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata. Berkembangnya sektor pariwisata disuatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata,

seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja, dan lain sebagainya.

Industri pariwisata merupakan kombinasi unik antar berbagai faktor sehingga perencanaan operasional suatu destinasi berbeda dengan sektor ekonomi lainnya. Destinasi wisata adalah sebuah produk tetapi memiliki banyak keterkaitan dengan stakeholder yang beragam, dengan tujuan dan persyaratan berbeda-beda. Suatu destinasi selalu berbeda dalam ukurannya, daya tarik serta manfaat yang ditawarkan kepada wisatawan, nyatanya tidak ada dua atau lebih destinasi yang dapat diperlakukan secara sama oleh wisatawan.

Pengelolaan pariwisata harus mengacu pada prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan nilai-nilai kelestarian alam, budaya, komunitas dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas lokal (Pitana dan Diarta, 2009:81).

Pariwisata sukses dapat meningkatkan pendapatan, ketenagakerjaan dan devisa (Sapta Nirwandar). Bagaimana cara menarik wisatawan untuk mengunjungi dan merekomendasikan sebuah destinasi ke orang lain adalah rumit untuk kesuksesan pengembangan destinasi. Citra suatu destinasi memberikan pengaruh terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung.

O'leary & Deegan mengemukakan bahwa citra destinasi mempermudah wisatawan ketika pengambil keputusan akan perjalanannya serta menentukan apakah pengalaman perjalanannya akan menjadi sangat memuaskan.

Dengan pemahaman hubungan antara niat berperilaku masa depan dan faktor penentunya, para menejer pariwisata dan destinasi akan lebih baik mengetahui bagaimana cara membangun suatu image yang menarik dan memasarkan usaha mereka untuk memaksimalkan penggunaan sumberdaya yang ada.

Pariwisata sebagai salah satu industri jasa terbesar di dunia dan salah satu sektor ekonomi yang sangat strategis dalam menimbulkan dampak berganda (*multiplayer effect*), baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga memberikan keuntungan dalam meningkatkan devisa sebuah negara. Dengan demikian, daerah-daerah mempunyai peluang cukup besar untuk memperkenalkan potensi pariwisata yang dimilikinya sehingga dapat menarik kunjungan wisata baik lokal maupun manca negara (Suratnya, 2008).

Dalam kaitannya dengan destinasi wisata, kepuasan pengunjung tetap menjadi indikator penting dari suksesnya pengembangan destinasi. Banyak penelitian terdahulu dari kepuasan pengunjung, mencakup motivasi, citra destinasi, kualitas perjalanan, nilai pelanggan, dan kepuasan, dalam berbeda letak seperti negara, kota, dan pulau (Prayag dan Ryan, 2012).

Kepuasan wisatawan mendorong wisatawan mendorong wisatawan untuk loyal terhadap destinasi wisata dengan melakukan kunjungan kembali dan bersedia untuk merekomendasikan destinasi wisata kepada orang lain.

Pembentukan citra sebelum terjadinya perjalanan adalah fase terpenting dalam proses pemilihan daerah tujuan wisata. Sedangkan citra yang dipersepsikan setelah terjadinya kunjungan wisata juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen

dan intensitas untuk melakukan kunjungan wisata kembali di masa mendatang tergantung pada kemampuan daerah tujuan wisata dalam menyediakan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan citra yang wisatawan miliki tentang daerah wisata (Khairani, 2009).

Kota Pagar Alam adalah salah satu kota di Provinsi Sumatera Selatan yang di bentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2001 (Lembaran Negara RI Tahun 2001 Nomor 88, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4115). Kota ini berjarak sekitar 298 km dari Kota Palembang. Kota Pagar Alam dengan semboyan Pagar Alam Secerah Alam ini mempunyai potensi wisata yang sangat kaya. Salah satu objek wisatanya adalah Gunung Dempo (3159 mdpl) yang di kelilingi oleh Pegunungan Bukit Barisan.

Kota Pagar Alam tentunya memiliki sejarah yang sangat panjang. Bukti peninggalan sejarah yang potensial adalah terdapatnya sejumlah Arca-arca Megalitikum di beberapa tempat yang ada di Pagar Alam. Tempat wisata di Pagar Alam tumbuh berkat keunikan kondisi alam yang dipagari oleh bukit barisan dan juga di dukung oleh kondisi geografis yang terletak di dataran tinggi. Beberapa tempat wisata yang dijadikan destinasi di Kota Pagar Alam ialah :

Tabel 1. Destinasi Wisata di Kota Pagar Alam Sumatera Selatan

No	Objek Wisata	Aksesibilitas/ jarak dari pusat kota	Deskripsi
1	Gunung Dempo	10 Km (Pagar Alam Sumatera Selatan)	Merupakan ikon Pagar Alam dengan ketinggian sekitar 3159 Mdpl yang menjadi puncak tertinggi di provinsi Sumatera Selatan. Gunung yang masih aktif ini memiliki pemandangan yang indah dan hampir semua

			leraengnya ditumbuhi tanaman teh.
2	Lematang Indah	15 Km (Prahudipo Kecamatan Dempo Selatan)	Wisata air terjun yang strategis karena berada di pinggir jalan raya sehingga akses menuju lokasi sangat mudah. Air yang mengalir jernih dan kolamnya yang dangkal sehingga aman jika mengajak serta anak-anak.
3	Tugu Rimau	15 Km (Lereng Gunung Dempo)	Merupakan spot pandang yang sangat nyaman untuk melihat pemandangan di lereng Gunung Dempo dan keindahan Kota Pagar Alam, berada di ketinggian 1800 Mdpl. Dan disinilah tempat tulisan PAGAR ALAM besar berwarna putih yang terlihat dari kejauhan.
4	Dempo Park	7 km (kelurahan Dempo Makmur)	Merupakan taman wisata yang menyajikan panorama Gunung Dempo dan fasilitas nongkrong dan juga spot untuk selfie bagi para pengunjung.
5	Cughup 7 Kena ngan	7,5 Km (Kelurahan Dempo Makmur, Kecamatan Dempo Utara)	Berada cukup jauh dari jalan umum yang dapat di lalui kendaraan umum di Pagar Alam. Maka, wisatawan harus berjalan kaki karena lokasi berada di tengah kebun kopi milik warga
6	Cughup Embun	6 Km (Desa Curup Jare, Kecamatan Pagar Alam Utara)	Merupakan aliran terusan dari beberapa Cughup diatasnya, airnya tenang saat cuaca normal dan aman untuk berenang sembari menikmati deburan embun yang terjun dari bibir jurang setinggi kurang-lebih 80 meter.

Sumber Data :

<http://www.google.co.id/search?yukpigi.com/2017/12/15-tempat-wisata-di-pagar-alam-sumsel>

Panorama alam yang disajikan oleh Gunung Dempo sangat indah di selimuti hawa yang sejuk dan angin yang berhembus menambah kenikmatan bagi wisatawan yang berkunjung. Juga hamparan kebun teh yang luas memanjakan mata siapa saja yang melihatnya.

Gunung Dempo sebagai destinasi pariwisata, dalam pengembangannya tentu membutuhkan beberapa tolak ukur, salah satunya dari pihak

wisatawan. Wisatawan dianggap penting untuk menilai suatu destinasi karena wisatawan merupakan pembeli atau penikmat jasa (layanan) yang di tawarkan oleh destinasi pariwisata. Wisatawan menilai suatu destinasi melalui kepercayaan dan persepsinya, yang kemudian dapat disebut sebagai citra destinasi.

Pagar Alam terus mengalami peningkatan jumlah wisatawan setiap tahunnya. Hal ini tak terlepas dari usaha Pemerintah Kota Pagar Alam melalui Dinas Pariwisata dalam menggalakkan pembangunan sektor pariwisata.

Tabel 2. Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Kota Pagar Alam tahun 2014 – 2017

Tahun	Wisatawan		Jumlah/Total
	Manca negara	Domestic	
2014	122	69.226	69.348
2015	76	88.143	88.219
2016	102	126.364	126.466
2017	151	224.042	224.103

Sumber : *Bagian Sumber Daya Pengembangan Ekonomi Kreatif, Dinas Pariwisata Pagar Alam (2018)*

Seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan ini, Pemkot Pagar Alam akan terus melakukan pembenahan dengan menambah wahana bermain di sejumlah objek wisata agar terus terjadi peningkatan disetiap tahunnya. Terutama agar pengunjung puas dan betah karena objek wisata yang terpadu dan mudah dijangkau. Dengan wisata alam yang masih alami merupakan tujuan Kota Pagar Alam menjadi tujuan utama pengunjung untuk berlibur sehingga pengunjung tidak cukup hanya satu hari berkunjung ke Kota Pagar Alam.

Citra destinasi merupakan keyakinan/pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama

berwisatawan. Faktor lain agar mengembangkan destinasi pariwisata sesuai dengan apa saja yang dibutuhkan oleh wisatawan adalah dengan cara memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi kepuasanwisatawan.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan permasalahan yang ada, dapat dirumuskan tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan yang dapat dijadikan bahan kebijakan serta menjadi wadah yang tepat dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama di bangku perkuliahan. Dan bagi Dinas Pariwisata Pagar Alam, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan gambaran tentang keadaan dan kemampuan sumber daya yang ada, juga untuk kemungkinan pengembangan maupun hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata Kota Pagar Alam.

II . TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Destinasi (*Destination*)

Destinasi merupakan suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan (misalnya daerah transit). Suatu tempat pasti memiliki batas-batas tertentu, baik secara aktual maupun hukum (Pitana dan Diarta, 2009).

Menurut Seaton dan Bennet, destinasi adalah satu kesatuan produk tujuan wisata tetapi terdiri dari berbagai jenis organisasi dan operasi pariwisata di wilayah geografisnya, termasuk hotel, transportasi, atraksi, dan lain-lain. Destinasi pariwisata mencakup segala sesuatu yang ada di daerah, baik masyarakatnya, lanskap, industri lain, dan hal lainnya yang dapat menjadi bagian dari pengalaman destinasi, kekhasan lokal yang dapat dinikmati wisatawan meskipun bukan bagian dari ekonomi pariwisata secara khusus.

Destinasi dalam kerangka pengembangannya mencakup beberapa komponen utama. Komponen utama tersebut menurut Sunaryo (2013) terbagi menjadi lima, mencakup objek dan daya tarik wisata (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), amenitas (*amenities*), fasilitas pendukung (*ancillary services*), dan kelembagaan (*institutions*).

2.1.2. Citra Destinasi

Citra (*image*) pariwisata menurut Pitana dan Diarta (2009) adalah kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau pelayanan yang wisatawan beli

atau akan beli. Citra destinasi tidak selalu terbentuk dari pengalaman atau fakta, tetapi dapat dibentuk sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisatawan ke suatu destinasi pariwisata. Citra destinasi berdasarkan penilaian wisatawan dapat berbeda-beda antara satu orang dengan orang lainnya.

Sedangkan Coban (2012) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa citra destinasi terdiri dari hasil penilaian rasional atau citra kognitif (*cognitive image*) dan penilaian emosional atau citra afektif (*affective image*) dari destinasi itu sendiri.

Lawson dan Baud Bovy (dalam Lopes, 2011:307-308) mendefinisikan konsep citra destinasi sebagai ekspresi dari semua pengetahuan obyektif, prasangka, imajinasi dan pikiran emosional seorang individu atau kelompok tentang lokasi tertentu. Kemudian Kotler, Haider dan Rein (dalam Lopes, 2011:307-308) mendefinisikan citra sebagai jumlah dari semua keyakinan, ide, dan kesan bahwa seseorang terkait dengan sebuah destinasi.

2.1.3 Destinasi Sebagai Produk Pariwisata

Selama wisatawan berada di daerah tujuan wisata (destinasi wisata), mereka memerlukan pelayanan akomodasi dan transportasi untuk menjelajahi destinasi tersebut, makanan, toko *souvenir*, dan sesuatu yang akan dilakukan dan yang akan dilihatnya. Singkatnya, mereka akan mengonsumsi produk. Istilah produk mencakup segala sesuatu yang dibeli atau dikonsumsi oleh orang yang disebut pengunjung atau wisatawan (Pitana dan Diarta, 2009).

Komponen-komponen destinasi pariwisata dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Atraksi destinasi

Merupakan elemen-elemen yang terkandung dalam destinasi dan lingkungan di dalamnya yang secara individual memegang peran penting dalam memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut. Atraksi destinasi bisa berupa atraksi alam, seperti *landscape*, pantai, pegunungan, iklim, lembah; atraksi buatan seperti kota bersejarah, taman dan resort; atraksi budaya seperti atraksi teatral, drama, festival, museum dan galeri, dan; atraksi sosial seperti kesempatan berbaaur dengan masyarakat di daerah tujuan wisata dan ikut mengalami cara hidup bersama mereka.

2. Fasilitas destinasi

Merupakan elemen dalam destinasi atau berhubungan dengan destinasi yang memungkinkan wisatawan tinggal di destinasi tersebut untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan. Fasilitas destinasi bisa berupa akomodasi, restoran, cafe dan bar, penyewaan alat transportasi dan taksi, serta pelayanan lain termasuk toko, salon, pelayanan informasi dan sebagainya.

3. Aksesibilitas

Merupakan mudah atau sulitnya wisatawan menjangkau destinasi yang diinginkannya. Akses berkaitan dengan infrastruktur transportasi, seperti lapangan udara, terminal bus dan kereta api, jalan tol, rel kereta api, dan sejenisnya. Termasuk di dalamnya teknologi transportasi yang mampu menghemat waktu dan

biaya untuk menjangkau destinasi wisata tersebut.

4. Imej (*image*)

Merupakan ide atau kepercayaan yang dimiliki wisatawan tentang produk atau pelayanan yang mereka beli atau akan beli. Imej destinasi tidak selalu berdasarkan pengalaman atau fakta tetapi dapat dibentuk sedemikian rupa sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisata ke destinasi tersebut.

5. Harga

Merupakan jumlah keseluruhan dari biaya-biaya selama perjalanan wisata yang mencakup akomodasi, makanan dan minuman, biaya perjalanan dan partisipasi dalam pelayanan yang dikonsumsi selama berada di destinasi yang dituju. Harga sangat bervariasi menurut kelas paket wisata yang diambil, musim, tipe aktivitas yang dipilih, jarak destinasi wisata dan sebagainya.

2.1.4 Kepuasan Wisatawan (*Tourist Satisfaction*)

Kepuasan (*satisfaction*) menurut Kotler dan Keller (2008) yaitu perasaan kecewa ataupun senang yang dirasakan oleh seseorang, yang timbul akibat membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi pembeli. Kepuasan wisatawan merupakan ukuran keseluruhan dari pendapat wisatawan pada setiap kualitas destinasi (Prayag, 2008 dalam Coban, 2012). Yuksel *et al.* (2010) mengukur kepuasan dengan tiga item, pertama berkaitan dengan senang atau tidaknya wisatawan terhadap keputusannya untuk berkunjung ke destinasi pariwisata, kedua yaitu kepercayaan bahwa memilih destinasi terkait merupakan hal yang benar, dan ketiga tingkat

kepuasan secara keseluruhan selama berwisata ke destinasi pariwisata.

2.1.5 Loyalitas Wisatawan (*Tourist Loyalty*)

Loyalitas merupakan kesediaan pelanggan untuk senantiasa memakai produk suatu perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, bahkan menggunakannya secara eksklusif, merekomendasikan produk-produk tersebut pada orang lain (Lovelock et al., 2010). Artuğer et al. (2013) menjelaskan faktor penentu loyalitas pada destinasi pariwisata ada dua. Pertama, *Intention to revisit the destination*, maksudnya bahwa wisatawan menunjukkan loyalitasnya dengan mengunjungi kembali destinasi pariwisata terkait di masa mendatang. Kedua, *say positive things about the destination and recommendations to others*, maksudnya bahwa wisatawan menunjukkan loyalitasnya dengan mengatakan hal-hal yang positif mengenai destinasi pariwisata kemudian merekomendasikan destinasi pariwisata tersebut ke orang lain.

2.1.6 Hubungan Citra Destinasi dengan Kepuasan Wisatawan dan Loyalitas Wisatawan

Coban (2012) membuktikan adanya pengaruh secara signifikan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan. Positifnya suatu citra destinasi menyebabkan kepuasan yang tinggi dan citra yang negatif menyebabkan rasa tidak puas atau tidak senang. Sun et al. (2013) melalui penelitiannya di destinasi pariwisata Hainan, China juga membuktikan bahwa wisatawan yang mengembangkan persepsi

yang positif (citra) dari Hainan memperoleh kepuasan yang lebih baik pada pengalamannya.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku wisatawan di masa depan yang menilai positif terhadap citra suatu destinasi pariwisata kemungkinan adalah mengunjungi kembali dan merekomendasikan destinasi pariwisata terkait kepada orang lain. Lovelock et al. (2010) menjelaskan bahwa loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan (wisatawan) dimana wisatawan yang sangat puas atau menyenangkan layanan cenderung menjadi pendukung yang loyal terhadap perusahaan (destinasi pariwisata). Bentuk loyalitas tersebut dapat berupa menggabungkan semua pembelian dengan satu penyedia layanan, dalam hal pariwisata yaitu dengan kembali berkunjung ke suatu destinasi yang sama, dan menyebarkan berita positif terkait destinasi.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian *assosiatif*, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan. Hubungan antar variabel dalam penelitian akan dianalisis menggunakan ukuran-ukuran statistik yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis. Sugiyono (2015)

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Gunung Dempo. Yang berlokasi di Pagar Alam Sumatera Selatan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari s.d Mei 2018.

3.3 Populasi, Sampel, Besar Sampel & Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah 224.103 wisatawan yang pernah berkunjung ke Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan pada tahun 2017. Karena tahun 2017 adalah puncak tingkatan jumlah wisatawan dibandingkan dengan tahun-tahun yang sebelumnya.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono : 2012). Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

di mana:

n = jumlah sampel (ditanya)

N = jumlah populasi (224.103)

e = error level/tingkat kesalahan (15%)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{224.103}{1 + 224.103 \times 0.15^2}$$

$$n = \frac{224.103}{1 + 224.103 \times 0.0225}$$

$$n = \frac{224.103}{1 + 5042.32}$$

$$n = \frac{224.103}{5043.32}$$

$$n = 44.43$$

$$n = 44$$

Maka dari penyelesaian rumus slovin di atas. Penulis menetapkan sampel dari penelitian adalah sebanyak 44 responden atau wisatawan yang sedang/pernah berkunjung ke Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan.

3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Adapun teknik dari pengambilan sampel menggunakan metode *Insidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

Untuk mempermudah penulis memperoleh data dalam menganalisis masalah yang dihadapi, maka dalam melakukan penelitian jenis data yang digunakan adalah :

1. Data primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari objek yang akan diteliti yaitu wisatawan yang sedang/pernah berkunjung ke Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan, baik melalui observasi ataupun wawancara yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari masalah yang berhubungan dengan objek-objek yang akan diteliti serta bersumber dari buku pedoman dan perpustakaan data yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti ataupun data tersebut merupakan data yang sudah jadi.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Nazir, 2011:175) Metode pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan metode :

1. *Observasi* (pengamatan)
Melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti dan mencatat hal-hal yang diperlukan yang ditemukan dilapangan guna melengkapi keterangan yang belum pernah diperoleh dalam wawancara, seperti bagaimana Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan.
2. Dokumentasi
Melakukan penelitian kepustakaan dengan mempelajari literatur-literatur yang diperlukan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penulisan dalam penelitian ini mengambil data dari arsip-arsip yang tersedia dan atas izin dari Dinas Pariwisata Kota Pagar Alam Sumatera Selatan.
3. *Questioner* (Daftar Pertanyaan)
Kuesioner atau angket merupakan alat pengumpulan data yang memuat sejumlah pertanyaan yang harus dijawab oleh subjek penelitian. (Mulyatiningsih, 2011:28). Dalam penelitian ini, penulis menyebar 44 kuesioner.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisa Kualitatif dan Kuantitatif

Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis menurut Skala Likert sebagai berikut :

1. Analisis Kualitatif
Analisa Kualitatif yaitu dengan membandingkan tabel hasil dari kuesioner dan wawancara, lalu diberikan interpretasi untuk menjelaskan semua hasil analisis data. Khususnya Pengaruh Citra

Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan.

2. Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif yaitu suatu analisa yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan dihitung dengan menggunakan rumus statistik. Data dihitung berdasarkan hasil daftar pertanyaan berupa jawaban wisatawan, dimana jawaban responden dinilai menurut :

- a. Pengaruh terhadap Citra Destinasi pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan. terbagi dalam kategori sebagai berikut :
 1. Jawaban sangat setuju di beri bobot: 5
 2. Jawaban setuju diberi bobot: 4
 3. Jawaban Netral diberi bobot: 3
 4. Jawaban tidak setuju diberi bobot: 2
 5. Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot: 1
- b. Penilaian terhadap Kepuasan Wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan, terbagi dalam kategori sebagai berikut :
 1. Jawaban sangat setuju di beri bobot: 5
 2. Jawaban setuju diberi bobot: 4
 3. Jawaban Netral diberi bobot: 3
 4. Jawaban tidak setuju diberi bobot: 2
 5. Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot: 1

3.5.2 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner

tersebut. (Ghozali,2005). Instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan kriteria yaitu Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3. Jika koefisien korelasi *product moment* $> r$ - tabel (α ; $n-2$) n = jumlah sampel. Dan nilai $Sig. \leq \alpha$, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. (Azwar, 1992. Soegiyono, 1999).

2. Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$.

3. Uji Statistik (Regresi Linier Sederhana)

Menurut (Ghozali, 2005:82) Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan. Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Wisatawan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel X

X = Citra Destinasi

e = *error* / variabel pengganggu

Dengan kriteria penerimaan sebagai berikut :

- a. Jika $Sig \geq 0,05$ maka Hipotesis ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan.
- b. Jika $Sig < 0,05$ maka Hipotesis diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan.

IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Temuan Penelitian

4.1.1. Deskripsi Tentang Gunung Dempo Kota Pagar Alam Sumatera Selatan

Gunung Dempo merupakan ikon Pagar Alam dengan ketinggian sekitar 3159 Mdpl (Meter dari permukaan laut) yang menjadi puncak tertinggi di Provinsi Sumatera Selatan. Terletak di perbatasan provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi Bengkulu tepatnya di kota dingin penghasil kopi robusta yang terkenal enak, yaitu Kota Pagar Alam, dengan jarak tempuh darat sekitar 7 jam dari Kota Palembang, ibukota Provinsi Sumatera Selatan. Sesuai dengan namanya, Kota Pagar Alam dikelilingi oleh pegunungan Bukit Barisan dan yang tertinggi adalah Gunung Dempo. Gunung yang masih aktif ini memiliki pemandangan yang indah, udara yang sejuk, dan hampir semua lerengnya ditumbuhi tanaman teh.

Gunung Dempo tepatnya berada di Desa Dempo Makmur Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam Provinsi Sumatera Selatan. Gunung Dempo adalah Gunung berapi yang

aktif dan masih mengeluarkan asap dengan menyemburkan sedikit lumpur kedaratan rendah dibawahnya. Gunung ini masuk ke dalam jajaran pegunungan Bukit Barisan yang memiliki dua puncak yaitu Gunung Dempo dan Gunung Marapi.

Pada puncak Gunung Dempo terdapat kawah yang airnya bisa di minum secara langsung. Dan salah satu keunikan Gunung Dempo ini ialah terdapatnya tanaman pohon Kayu Panjang Umur dengan panjang 2 meter, yang apabila pohon tersebut kurang panjang dari 2 meter maka tanaman itu akan mati dengan sendirinya. Gunung dempo juga merupakan penghasil teh terbaik dengan memiliki kebun teh dengan luas kurang lebih 1,500 Hektar yang dimana kebun teh tersebut adalah kebun teh milik PT. Perkebunan Nusantara PTPN VII.

Keistimewaan Gunung Dempo tidak hanya dikagumi oleh wisatawan, melainkan juga diakui oleh pemerintah nasional terbukti dengan dijadikannya Gunung Dempo sebagai lokasi Pekan Olahraga Nasional (PON) ke XVI lalu dengan cabang olahraga Paralayang.

4.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan bantuan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution) Version 16.0* telah dilakukan untuk variabel Independen Citra Destinasi (X) yang terdiri dari 6 butir item variabel dan variabel dependent yang terdiri dari 6 butir item variabel Kepuasan Wisatawan (Y).

4.1.2.1. Uji Validitas

Uji validitas untuk mengukur sejauh mana alat pengukur dapat

mengukur apa yang diukurnya. Pengujiannya, adalah dengan menilai korelasi (r) terhadap semua variabel dan item. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *Correlation Coefficients* yang ditunjukkan dengan Jika koefisien korelasi product moment (nilai r hitung) melebihi 0.300 (Azwar, 1992. Soegiyono, 1999). Pada penelitian ini, pengujian validitas dilakukan pada variabel Independen Citra Destinasi (X) dan variabel Kepuasan Wisatawan yang merupakan variabel dependen (Y). Setelah dilakukan pengolahan data lebih lanjut diperoleh hasil seperti pada Tabel 9 sebagai berikut :

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Butir Instrumen Variabel Penelitian

Variabel	Butir	r- hitung	r- tabel	Keterangan
Citra Destinasi (X)	1	0.726	0.300	Valid
	2	0.512	0.300	Valid
	3	0.499	0.300	Valid
	4	0.679	0.300	Valid
	5	0.492	0.300	Valid
	6	0.725	0.300	Valid
Kepuasan Wisatawan (Y)	1	0.796	0.300	Valid
	2	0.835	0.300	Valid
	3	0.652	0.300	Valid
	4	0.693	0.300	Valid
	5	0.742	0.300	Valid
	6	0.737	0.300	Valid

Sumber : Diolah Penulis Berdasarkan Uji Statistik (2018)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 9 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan instrumen yakni variabel Citra Destinasi (X) dan variabel Kepuasan Wisatawan (Y) menunjukkan nilai r -hitung $>$ r -tabel (0,300), dengan demikian seluruh butir instrumen dinyatakan valid pada taraf nyata 7%. Hal ini menunjukkan bahwa semua butir item yang dijadikan sebagai instrumen variabel penelitian memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai alat ukur penelitian.

4.1.2.2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dinyatakan bahwa sampel yang digunakan bersifat valid dan reliabel dan untuk mengetahui hasil validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada lampiran. Uji reliabilitas dipergunakan untuk mengetahui apakah alat pengukur mempunyai keandalan dalam mengukur suatu dimensi. Dalam artian bahwa jika pengukuran dilakukan berulang kali akan memberikan hasil yang sama dalam setiap pengukuran. Dalam hal ini apabila nilai *Reliability Coefficient (Alpha)* lebih besar dari 0,60 ($\alpha > 0,6$), maka variabel dan item yang diukur dapat dipercaya atau diandalkan.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Destinasi (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.643	6

Sumber : Diolah Penulis Berdasarkan Uji Statistik (2018)

Dari hasil uji *Reliabilitas Variabel Citra Destinasi (X)* seperti yang terlihat pada Tabel 10 diketahui bahwa variabel Citra Destinasi menunjukkan hasil yang *reality coefficient* dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,643, dimana nilai *cronbach's alpha* > 0,6. Hasil ini berarti kuesioner untuk variabel citra destinasi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat dan dapat diandalkan.

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.835	6

Sumber : Diolah Penulis Berdasarkan Uji Statistik (2018)

Dari hasil uji reliabilitas variabel Kepuasan Wisatawan (Y) seperti yang terlihat pada Tabel 11 diketahui bahwa variabel Kepuasan Wisatawan menunjukkan hasil yang *reality coefficient* dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,835, dimana nilai *cronbach's alpha* > 0,6. Hasil ini berarti kuesioner untuk variabel Kepuasan Wisatawan yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat dan dapat diandalkan.

4.1.3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier sederhana guna menjawab permasalahan yang menjadi kajian peneliti, yaitu Seberapa besar Citra Destinasi berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Kota Pagar Alam Sumatera Selatan.

$$Y = a + b X + e$$

Di mana :

- Y = Kepuasan Wisatawan
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi variabel X (Citra Destinasi)
- X = Citra Destinasi
- e = *error* / variabel pengganggu

Berikut ini akan diuraikan analisis hasil penghitungan dengan menggunakan regresi linier sederhana :

a. Koofisien Determinasi

Tabel 12. Analisis Koefisien Determinasi Regresi Linier Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.652 ^a	.425	.412	3,201

a. Predictors: (Constant), Total Citra Destinasi

Sumber : Diolah Penulis Berdasarkan Uji Statistik (2018)

Berdasarkan analisis koefisien dengan *model summary* pada Tabel 4.13, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) = 0,652 dan nilai koefisien determinasi (R Square) adalah 0,425 dan nilai *R Square* setelah disesuaikan (*Adjusted R Square*) adalah 0,412. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Kepuasan Wisatawan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Citra Destinasi sebesar 1,4% sedangkan sisanya sebesar 98,6% dapat dijelaskan oleh faktor lain diluar yang diteliti. Angka 1,4% juga menggambarkan bahwa model persamaan dari penelitian ini bisa dikatakan belum cukup baik karena nilai 1,4% sangat jauh sekali dengan angka maksimal yaitu 100%.

b. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Tabel 13. Analisis Koefisien Keberartian Persamaan Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,970	3,273		1,518	,136
Total Citra Destinasi	,770	,138	,652	5,576	,000

a. Dependent Variable: Total Kepuasan Wisatawan
 Sumber : Diolah Penulis Berdasarkan Uji Statistik (2018)

Untuk menetapkan rumusan persamaan regresi linier sederhana pengaruh variabel Citra Destinasi (X) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) di Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan, maka perlu dilakukan analisis koefisien regresi. Hasilnya adalah konstanta regresi sederhana : 4,970 koefisien regresi variabel Citra Destinasi : 0,770

Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi pengaruh Citra

Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) pada Gunung Dempo Kota Pagar Alam Sumatera Selatan, maka rumus persamaan regresi linier sederhana adalah :

$$\text{Kepuasan Wisatawan (Y)} = 4,970 + 0,770 \text{ Citra Destinasi (X)}$$

4.2. Pembahasan

4.2.1. Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan

Berdasarkan hasil Uji regresi linier sederhana didapat signifikansi sebesar 0,000. Nilai 0,000 ini < 0,05 dengan nilai konstanta regresi sederhana : 4,970, koefisien regresi variabel Citra Destinasi : 0,770 Hal ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya terdapat pengaruh antara Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan.

Hasil penelitian yang menerangkan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan dengan kontribusi sebesar 77,0%. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan dapat tercipta dengan adanya citra destinasi yang positif. Wisatawan yang memiliki penilaian positif mengenai destinasi pariwisata terkait, yaitu Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan maka memperoleh kepuasan yang tinggi. Sebaliknya, apabila wisatawan memiliki penilaian yang negatif, maka cenderung menyebabkan rasa ketidakpuasan atau tidak senang terhadap destinasi wisata. Sun, *et al.* (2013) yang menyimpulkan bahwa wisatawan yang mengembangkan persepsi yang positif memperoleh kepuasan yang lebih baik pada pengalamannya.

Hasil penelitian ini juga memperkuat hasil dari penelitian Coban (2012) yang mana membuktikan adanya pengaruh secara positif antara variabel citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ini memperkuat penelitian Coban (2012), terutama indikator citra kognitif yang secara umum ada enam *item* berkaitan dengan pengetahuan/keyakinan wisatawan mengenai suatu destinasi wisata, terdiri dari atraksi wisata, fasilitas dasar, atraksi budaya, aksesibilitas dan substruktur pariwisata, lingkungan alam, dan faktor ekonomi. Kemudian juga sekaligus memperkuat hasil penelitian dari Artuger *et al.* (2013) pada indikator citra efektif yang terdiri dari *item* kota yang hidup, kota yang menyenangkan, dan kota yang bersemangat. Hasil tersebut juga selaras dengan penelitian Hanif *et al* (2016) yang membuktikan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Penilaian yang berpengaruh besar terhadap kepuasan yaitu keindahan alam dan juga fasilitas yang baik.

Pengaruh citra destinasi (X) terhadap kepuasan wisatawan (Y) didukung pula dari kesesuaian antara pengetahuan wisatawan mengenai Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan dengan alasan berkunjungnya. Berdasarkan gambaran karakteristik responden, sebagian besar menyukai pemandangan alam Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan yang indah dan asri, disertai dengan sejuknya udara dan luasnya hamparan kebun teh disetiap lerengnya. Juga keramahan masyarakat sekitar terhadap wisatawan yang berkunjung.

Hasil penelitian yang menerangkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan ini memberikan dukungan terhadap hipotesis yang diturunkan, bahwa terdapat pengaruh signifikan antara citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan.

Terbuktinya hipotesis dalam penelitian ini disebabkan karena saat wisatawan mempunyai penilaian yang baik terhadap elemen yang ada dalam citra destinasi. Gunung Dempo Kota Pagar Alam meliputi pemandangan alam, akses jalan, petunjuk jalan, keistimewaan dibandingkan dengan objek wisata yang lain, harga tiket masuk yang terjangkau, adanya icon pendukung wisata, adanya spot-spot pendukung, dan keramahan masyarakat disekitar kawasan objek wisata Gunung Dempo Kota Pagar Alam sesuai dengan harapan wisatawan, maka wisatawan merasa terkesan dan puas dengan kunjungan wisatanya ke Gunung dempo Kota Pagar Alam.

Pengaruh positif yang ada juga ditunjukkan dengan penilaian kepuasan wisatawan akan indahnya pemandangan Gunung Dempo Kota Pagar Alam yang asri disertai juga dengan udara yang bersih tanpa polusi. Ditambah juga dengan hamparan kebun teh yang luas hampir disetiap lereng Gunung Dempo yang sangat memanjakan mata ketika memandang.

Gunung Dempo adalah Gunung tertinggi di Sumatera Selatan dengan ketinggian 3159 Mdpl (meter diatas permukaan laut), dan Gunung Dempo ini juga merupakan Gunung yang mudah dijangkau diantara Gunung lainnya khususnya di daerah Provinsi Sumatera Selatan. Hal ini mendukung keputusan wisatawan dalam berkunjung ke objek wisata Gunung Dempo Kota

Pagar Alam dan menciptakan kepuasan wisatawan dengan adanya atraksi wisata yang dihadirkan oleh objek wisata.

Adanya dukungan dan pemeliharaan pemerintah Kota Pagar Alam melalui Dinas Pariwisata Kota Pagar Alam dalam hal pengelolaan dan pemberdayaan sumber daya alam sehingga menjadikan Kota Pagar Alam menjadi destinasi utama bagi para wisatawan baik domestik ataupun mancanegara. Bukan hanya Gunung Dempo saja, bahkan banyak destinasi-destinasi lain di Kota Pagar Alam seperti Curup (air terjun) yang indah disekitaran Gunung Dempo, ada juga sungai Lematang Indah dengan tinggi kurang lebih 30 meter yang mendukung minat wisatawan untuk berkunjung, juga Tugu Rimau dan disertai dengan tulisan PAGARALAM yang besar yang sudah terlihat bahkan dari kejauhan, dan juga ada taman wisata yang menyajikan panorama yang indah yaitu Dempo Park.

Kepuasan wisatawan pada destinasi Gunung Dempo Kota Pagar Alam juga didukung dengan fasilitas yang mendukung yang ada di Gunung Dempo Kota Pagar Alam tepatnya pada tangga 2001 yaitu terdapatnya wahana bermain *Flying Fox* dan ATV mini dilapangan tangga 2001. Hal ini juga memicu kepuasan wisatawan pada Gunung Dempo Kota Pagar Alam.

V PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil olah data pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar

Alam Sumatera Selatan. Hal ini dibuktikan dengan:

1. Hasil Uji regresi linier sederhana didapat signifikansi sebesar 0,000. Nilai 0,000 ini $< 0,05$ dengan nilai konstanta regresi sederhana : 4,970 koefisien regresi variabel Merek : 0,770. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan.
2. Pengaruh citra destinasi (X) terhadap kepuasan wisatawan (Y) didukung pula dari kesesuaian antara pengetahuan wisatawan mengenai Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan dengan alasan berkunjungnya. Berdasarkan gambaran karakteristik responden, sebagian besar menyukai pemandangan alam Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan yang indah dan asri, disertai dengan sejuknya udara dan luasnya hamparan kebun teh disetiap lerengnya. Juga keramahan masyarakat sekitar terhadap wisatawan yang berkunjung.
3. Dari hasil penelitian lapangan peneliti ditemukan juga Fakta bahwa Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan mengalami peningkatan jumlah wisatawan setiap tahunnya, sejak tahun 2014 berjumlah 69,348 wisatawan, tahun 2015 berjumlah 88,219, tahun 2016 berjumlah 126,466 wisatawan, dan terakhir pada tahun 2017 yaitu berjumlah 224,103 wisatawan.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka disarankan sebagai berikut:

1. Diharapkan Pemerintah Daerah Kota Pagar Alam Sumatera Selatan khususnya Dinas Pariwisata Kota Pagar Alam dapat mempertahankan citra sebagai kota wisata, dengan semakin gencar mengenalkan dan mempromosikan wisata yang dimiliki. Strategi yang dapat dilakukan dengan memberikan inovasi dan kegiatan-kegiatan yang berbeda serta unik dan rutin dan berkala agar wisatawan tertarik untuk berkunjung dan menikmati atraksi wisata tersebut, serta merasakan pengalaman yang berbeda-beda setiap berkunjung ke Kota Pagar Alam khususnya Gunung Dempo.
2. Pemerintah Daerah Kota Pagar Alam Sumatera Selatan khususnya Dinas Pariwisata Kota Pagar Alam sebaiknya lebih memperhatikan fasilitas dan kebersihan pada objek wisata, juga petunjuk jalan yang harus lebih dilengkapi agar wisatawan dari domestik ataupun mancanegara dapat lebih terbantu untuk mengakses dan menjangkau objek wisata yang ada di Kota Pagar Alam khususnya Gunung Dempo.

Hasil penelitian ini masih terbatas pada variabel citra destinasi, dan kepuasan wisatawan. Penulis berharap penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain diluar penelitian ini atau menambah variabel yang sudah ada di penelitian ini, sehingga dapat dianalisis lebih mendalam bagaimana model struktural citra destinasi berpengaruh pada kepuasan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahab Solichin. (1997). *Analisis Kebijakan, dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara*, Jakarta: Edisi Kedua, Bumi Aksara.
- Alfitriani. 2015. Pengaruh citra destinasi terhadap kualitas, nilai persepsi, kepuasan dan minat berperilaku: kasus kunjungan wisatawan di Kota Palembang. *Jurnal Menara Ekonomi*, 1 (2).
- Amalia, Ilda., Murwatiningsih. 2016. Pengaruh citra destinasi dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung. *Management Analysis Journal* 5 (3).
- Artuger, S., et al. 2013. The effect of destination image on destination loyalty: application in Alanya. *European Journal of Business and Management*, 5 (13) : 124-136.
- Azwar, S. 1992. *Reliabilitas & Validitas*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka.
- Bagian Sumber Daya Pengembangan Ekonomi Kreatif, Dinas Pariwisata Pagar Alam. 2018.
- Butler, R.W. dan L.A. Waldbrook. 1991. : A New Planning Tool: The Tourism Opportunity Spectrum. *The Journal of Tourism Studies* Vol. 2, No.1
- Coban, S. 2012. The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: the case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 29 (2) : 222-232.

- Prayag, Girish., Ryan, Chris. 2012. Antecedents of Tourists Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. *Journal of Travel Research*. 51 (3) 342-346.
- Kusudianto, Hadinoto. 1996. Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata. Jakarta: UI-Press
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, et al. 2010. *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera. Jakarta: Erlangga
- O'leary, Sinead. Deegan, Jim. 2003. People, pace, place: Qualitative and quantitative images of Ireland as a tourism destination in France. *Journal of Vacation Marketing*. pg. 213.
- Pitana, I., dan I K. S. Diarta. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Prayag, G. (2012). Paradise for Who? Segmenting Visitors' Satisfaction with Cognitive Image and Predicting Behavioural Loyalty.
- Richardson, John I dan Martin Fluker. 2004. *Understanding and Managing Tourism*. Australia: Pearson Education Australia, NSW Australia.
- Siregar, Khairani. 2009. Analisis determinan konsumsi masyarakat di Indonesia. *Tesis*. Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Sunaryo, Bambang. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta: Gava Media.
- Sugiyono, Prof., Dr., 1999, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan ke-6, Bandung, CV. Alfa Beta.
- Sun, X., et al. 2013. Developing destination loyalty: The case of Hainan Island. *Annals of Tourism Research*, 43 : 547-577.
- William, Peter W. dan Alison Gill. 2005. "Addressing Carrying Capacity Issues in Tourism Destinations through Growth Management" dalam Theobald, William F. (Ed.) *Global Tourism* (Third Edition). Burlington, MA USA: Elsevier Inc.
- Yoeti Okta. A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Sanusi, Anwar, 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*, edisi Ketiga. Jakarta, Salemba Empat
- Sudarmanto, 2014. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Yogyakarta, Pustaka Belajar
- Sugiyono, 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan, pendekatan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung, Alfabeta
- Syofian Siregar, 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, edisi Ketiga.

Jakarta PT Fajar Interpratama
Mandiri

Wibowo, 2012. *Manajemen Kinerja*,
edisi Ketiga. Jakarta, PT Raja
Grafindo Persada