

DINAMIKA PENGARUH DAYA TARIK WISATA PANTAI DIAMOND NUSA PENIDA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN: EKSPLORASI CITRA DESTINASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI

I Made Bayu Wisnawa

bayu.wisnawa@triatmamulya.ac.id

Fakultas Bisnis dan Pariwisata Universitas Triatma Mulya

Abstract: This study aims to examine the influence of tourist attraction on tourist satisfaction, considering the role of destination image as a moderation variable. Using the accidental sampling method, this study involved 140 tourists who had visited Diamond Beach in Nusa Penida, Bali. The characteristics of the respondents are dominated by young tourists, especially students with a monthly income level between US\$ 300 to US\$ 600. The dominance of young tourists with cost sensitivity indicates that tourist satisfaction is more influenced by the direct experience of tourist attractions, accessibility, and amenities perceived during the visit than by the perception of the overall image of the destination. The findings show that tourist attractions have a significant positive effect on tourist satisfaction. However, the image of the destination does not moderate the relationship between tourist attraction and tourist satisfaction significantly. These results contribute to the tourism literature by offering a new understanding of the influence of tourist attraction as well as the role of destination imagery in increasing tourist satisfaction. Practical implications for tourist destination managers include the importance of designing and implementing strategies that increase tourist attraction and utilize destination imagery to maximize tourist satisfaction.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan, dengan mempertimbangkan peran dari citra destinasi sebagai variabel moderasi. Dengan menggunakan metode accidental sampling, penelitian ini melibatkan 140 wisatawan yang telah mengunjungi Pantai Diamond di Nusa Penida, Bali. Karakteristik responden didominasi oleh wisatawan usia muda, terutama mahasiswa dengan tingkat pendapatan bulanan antara US\$ 300 hingga US\$ 600. Dominasi wisatawan muda dengan sensitivitas terhadap biaya mengindikasikan bahwa kepuasan wisatawan lebih dipengaruhi oleh pengalaman langsung terhadap daya tarik wisata, aksesibilitas, serta amenities yang dirasakan selama kunjungan dibandingkan oleh persepsi citra destinasi secara umum. Temuan menunjukkan bahwa daya tarik wisata secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Namun, citra destinasi tidak memoderasi hubungan antara daya tarik wisata dan kepuasan wisatawan secara signifikan. Hasil ini memberikan kontribusi pada literatur pariwisata dengan menawarkan pemahaman baru tentang pengaruh daya tarik wisata serta peran citra destinasi dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Implikasi praktis bagi pengelola destinasi wisata termasuk pentingnya merancang dan mengimplementasikan strategi yang meningkatkan daya tarik wisata dan memanfaatkan citra destinasi untuk memaksimalkan kepuasan wisatawan.

Kata Kunci: daya tarik wisata, kepuasan wisatawan, *destination image*

PENDAHULUAN

Pulau Bali dikenal luas sebagai surga wisata yang menawarkan beragam keindahan alam (Hadi et al., 2023; Krisnayanti et al., 2023; Kusuma et al., 2023), budaya yang kaya, dan pengalaman spiritual yang unik (Choe & Mahyuni, 2023) dan (Wisnawa et al., 2022). Di antara berbagai destinasi yang tersebar di pulau

dewata, Nusa Penida menonjol sebagai permata tersembunyi yang menyimpan pesona alam luar biasa, terutama Pantai Diamond (Wisnawa et al., 2020). Pantai ini, dengan tebing-tebing karangnya yang menjulang tinggi dan air laut yang jernih, telah menjadi destinasi yang semakin populer di kalangan wisatawan, baik domestik maupun internasional (Listiowati et al., 2020).

Peningkatan popularitas tersebut tercermin dari tren kunjungan wisatawan ke kawasan Nusa Penida yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Data Dinas Pariwisata Kabupaten Klungkung menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Nusa Penida meningkat dari 312.872 wisatawan pada tahun 2022 menjadi 653.579 wisatawan pada tahun 2023 (Balipost, 2023). Bahkan, pada tahun 2024 jumlah kunjungan tercatat mencapai lebih dari 1,2 juta wisatawan, yang menunjukkan percepatan pertumbuhan pariwisata di kawasan ini (Badan Pusat Statistik Kabupaten Klungkung, 2024). Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa Pantai Diamond dan kawasan Nusa Penida semakin menjadi destinasi unggulan yang menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas pengalaman wisatawan di tengah peningkatan arus kunjungan.

Pengembangan daya tarik wisata Pantai Diamond di Nusa Penida menghadirkan peluang sekaligus tantangan. Di satu sisi, peningkatan jumlah pengunjung membawa dampak positif terhadap perekonomian lokal melalui peningkatan pendapatan dari sektor pariwisata. Di sisi lain, popularitas yang meningkat memerlukan pengelolaan yang bijaksana untuk memastikan keberlanjutan lingkungan dan kualitas pengalaman wisata yang dapat memenuhi harapan pengunjung (Listiowati et al., 2020).

Strategi pengembangan yang komprehensif dan berkelanjutan menjadi kunci untuk memaksimalkan potensi Pantai Diamond sebagai daya tarik wisata. Hal ini tidak hanya melibatkan peningkatan infrastruktur dan fasilitas pendukung, tetapi juga perlindungan terhadap keunikan alam dan kelestarian lingkungan. Keterlibatan masyarakat lokal dalam proses pengembangan juga penting untuk memastikan bahwa keuntungan ekonomi dapat dirasakan secara luas dan berkelanjutan (Listiowati et al., 2020).

Persepsi wisatawan terhadap Pantai Diamond, baik dari segi keindahan alam, aksesibilitas, fasilitas, dan pengalaman wisata, berperan penting dalam pengembangan destinasi ini (Listiowati et al., 2020). Memahami kebutuhan dan harapan wisatawan memungkinkan pengelola destinasi untuk

menyusun strategi promosi yang efektif dan meningkatkan kualitas layanan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan mendorong kunjungan ulang.

Tantangan dalam pengembangan wisata Pantai Diamond juga mencakup isu keamanan dan keselamatan pengunjung, yang menjadi perhatian utama dalam pengelolaan destinasi wisata (Arisanti, 2024). Insiden yang terjadi di masa lalu menuntut adanya peningkatan standar keselamatan, baik melalui penandaan area berbahaya, penyediaan petugas penyelamat, dan edukasi kepada pengunjung tentang cara berwisata yang aman (Arisanti, 2023; Artawan, 2023; Fakta & Dede, 2023; Fidrdaus, 2023; Putra, 2023; Suputra & Putri, 2023). Keseluruhan upaya ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang tidak hanya menyenangkan tetapi juga aman bagi setiap pengunjung.

Daya tarik wisata merupakan kombinasi dari atraksi, akses, amenitas, dan *ancillary* seperti yang dinyatakan oleh Scott, Cooper, & Baggio, (2008) dalam (Alvianna et al., 2020) ditambah Community Involvement Madiun, 2008 dalam (Selamet, 2021) terbukti memegang peran penting dalam kepuasan wisatawan, seperti yang diungkapkan dalam berbagai studi. (C. F. Lee & King, 2019), (Harahap & Effendi, 2020), serta (Jupendri et al., 2020) menekankan bagaimana komponen-komponen ini mempengaruhi daya tarik dan kenyamanan destinasi wisata. (Ratih Pertiwi, 2018) menyoroti pengaruhnya terhadap hospitalitas di Desa Wisata Penglipuran, Bali. (Alvianna et al., 2020) menunjukkan pengaruhnya pada kepuasan generasi milenial di Kampung Wisata Topeng Tlogowaru, Kota Malang. (Diarta & Sarjana, 2020) mengkaji pengaruhnya pada kepuasan pengunjung di Subak Padanggalak, Denpasar, menegaskan pentingnya 4A dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan.

Dalam konteks pariwisata, 'atraksi' merujuk pada elemen atau karakteristik sebuah destinasi yang menarik minat dan perhatian wisatawan untuk mengunjungi lokasi tersebut. Atraksi bisa berupa keindahan alam, situs sejarah, kegiatan budaya, atau fasilitas rekreasi (Wisnawa et al., 2019). (C. F. Lee & King, 2019), (Harahap & Effendi, 2020), serta (Diarta & Sarjana, 2020) menekankan pentingnya atraksi dalam

meningkatkan kepuasan wisatawan. Spesifik pada wisata pantai, atraksi seperti pantai berpasir putih, air laut yang jernih, aktivitas snorkeling atau diving, dan pemandangan matahari terbit, dan terbenam, menjadi faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pengunjung, menunjukkan betapa pentingnya atraksi dalam menarik dan memuaskan wisatawan.

Dalam konteks pariwisata, 'akses' merujuk pada kemudahan untuk mencapai suatu destinasi wisata, termasuk faktor seperti ketersediaan transportasi, kondisi infrastruktur jalan, dan informasi navigasi. Akses yang baik meningkatkan kepuasan wisatawan dengan memudahkan perjalanan dan mengurangi potensi stres atau kelelahan saat berwisata. Sebagai contoh, dalam studi yang dilakukan oleh (Alvianna et al., 2020) dan (Wisnawa et al., 2021), ditemukan bahwa akses memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan generasi milenial yang berkunjung ke Kampung Wisata Topeng Tlogowaru, Kota Malang. Demikian pula dengan hasil penelitian (Diarta & Sarjana, 2020); (Harahap & Effendi, 2020) menunjukkan hal yang sama. Khusus untuk wisata pantai, akses yang mudah tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan tetapi juga memperkaya pengalaman pengunjung dengan menyediakan pilihan lebih luas untuk aktivitas rekreasi dan eksplorasi.

Dalam konteks pariwisata, "*amenities*" merujuk pada fasilitas atau layanan tambahan yang disediakan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung, seperti akomodasi, restoran, toilet, area parkir, dan akses Wi-Fi. Penelitian oleh (Jupendri et al., 2020) menunjukkan bahwa *amenities* berperan penting dalam meningkatkan pengalaman wisatawan di objek ekowisata. Fasilitas yang memadai dan berkualitas tinggi di lokasi wisata pantai, misalnya, dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dengan menyediakan kebutuhan dasar serta menambah nilai pengalaman saat mengunjungi pantai. *Amenities* yang baik menjadi kunci untuk memastikan pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan, yang pada gilirannya dapat mendorong kunjungan ulang dan promosi dari mulut ke mulut.

Studi (Ratih Pertiwi, 2018) dan penelitian (C. F. Lee & King, 2019), serta (Chaerunissa & Yuningsih, 2020) menunjukkan peranan krusial

layanan *ancillary* dalam meningkatkan kepuasan wisatawan, khususnya di destinasi wisata pantai. Layanan *ancillary*, berupa jasa pengelolaan yang menyediakan fasilitas tambahan seperti aktivitas budaya lokal, upaya konservasi, aksesibilitas, dan dukungan infrastruktur dari pemerintah lokal dan pengelola, memperkaya pengalaman wisata dan memperkuat daya tarik pantai sebagai destinasi. Temuan menegaskan pentingnya pendekatan holistik dalam pengembangan pariwisata, di mana layanan *ancillary* berperan penting dalam meningkatkan pengalaman pengunjung, kepuasan, serta mendukung keberlanjutan pariwisata pantai.

Para peneliti seperti (López et al., 2020), (Than et al., 2020), (Insani et al., 2020), (Selamet, 2021), (Paula & Kaufman, 2020), serta (Jamal & Getz, 1995) menyoroti "*community involvement*" sebagai kunci kepuasan wisatawan dan keberlanjutan pariwisata. Keterlibatan ini, yang mencakup partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengembangan dan promosi destinasi, berkontribusi pada pengelolaan sumber daya dan warisan budaya yang efektif. Terutama di wisata pantai, ini meningkatkan pengalaman pengunjung dan mendukung ekonomi serta lingkungan lokal. Keterlibatan komunitas memperkaya pengalaman wisata dengan nilai-nilai budaya, mendukung keberlanjutan dan kepuasan pengunjung.

Dalam konteks Pantai Diamond di Nusa Penida, aksesibilitas menjadi tantangan utama namun sekaligus daya tarik tersendiri, membedakan pantai ini dari destinasi lain. Infrastruktur jalan yang sempit dan terbatas menuntut perencanaan perjalanan yang matang, namun keindahan alami yang luar biasa dan air laut yang jernih menjadi imbalannya. Fasilitas dan layanan pendukung di area sekitar, seperti restoran lokal dan akomodasi, menambah kenyamanan kunjungan. Integrasi keempat aspek ini—aksesibilitas, daya tarik alam, fasilitas, dan layanan pendukung—menjadikan Pantai Diamond destinasi yang memikat dan mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Nusa Penida.

Studi oleh (Dodds & Holmes, 2020), (Bršćić & Šugar, 2020), (González et al., 2021), serta (Hasanah et al., 2024) memberikan wawasan mendalam tentang kepuasan wisatawan,

didefinisikan sebagai tingkat kebahagiaan atau kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan dari pengalaman selama berwisata. Penemuan menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas lingkungan, kebersihan pantai, dan perilaku bertanggung jawab secara lingkungan memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Indikator-indikator seperti (i)kepuasan terhadap kualitas air, (ii)kebersihan air, (iii)kebersihan pantai, (iv)pengalaman berkesan, serta (v)keindahan pemandangan merupakan beberapa ukuran utama kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan ini penting bagi pengembangan pariwisata pantai karena mendukung keberlanjutan destinasi melalui promosi perilaku yang bertanggung jawab secara lingkungan dan investasi berkelanjutan berdasarkan persepsi dan kepuasan pengguna.

Penelitian oleh (Jurado et al., 2009), (Chang et al., 2020), serta (Longarete et al., 2015) memberikan wawasan penting tentang pengaruh *Destination Image* terhadap kepuasan wisatawan, khususnya dalam konteks pariwisata pantai. *Destination Image* didefinisikan sebagai persepsi total yang dibentuk oleh wisatawan berdasarkan informasi sebelum dan selama kunjungan ke destinasi. Indikator untuk mengukur *Destination Image* adalah : (i)iklim, (ii)reputasi bagi wisatawan, (iii)tempat yang menarik, dan (iv)kualitas layanan (Hasan dan Abdullah, 2021). Penelitian ini menunjukkan bahwa *Destination Image* memiliki arti penting dalam pengembangan pariwisata pantai karena dapat meningkatkan daya tarik destinasi, mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi, dan akhirnya memoderasi pengaruh atraksi, akses, amenitas, layanan tambahan (*ancillary*), dan keterlibatan masyarakat terhadap kepuasan wisatawan (B. K. Lee et al., 2014; Moon & Han, 2019). Kualitas lingkungan pantai yang baik, misalnya melalui sertifikasi Blue Flag, dikaitkan dengan peningkatan persepsi positif wisatawan terhadap destinasi, yang berdampak langsung pada kepuasan dan niat berkunjung ulang.

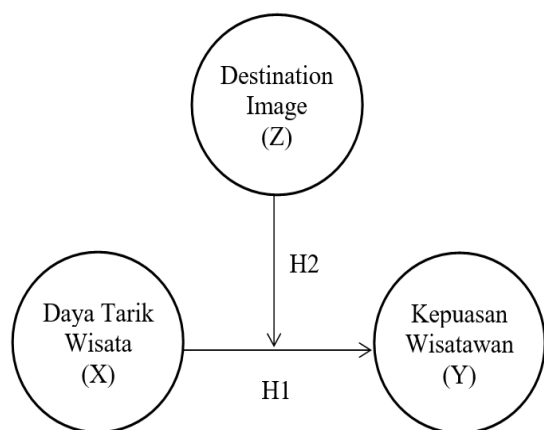
Kepuasan wisatawan terhadap Pantai Diamond di Nusa Penida, Bali, umumnya sangat tinggi, berkat keindahan alam yang menakjubkan, air laut yang jernih, dan pasir putihnya. Meskipun akses ke pantai ini

menantang, pengalaman yang diperoleh dianggap sebanding dengan usaha untuk sampai ke sana. Fasilitas dan layanan di sekitar pantai, termasuk pilihan makanan lokal dan akomodasi, meningkatkan pengalaman kunjungan. Wisatawan sering menyebutkan bahwa Pantai Diamond adalah highlight dari kunjungan ke Nusa Penida, menandakan tingkat kepuasan yang tinggi.

Citra destinasi memegang peran krusial dalam memoderasi pengaruh atribut daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Diamond, Nusa Penida, Bali. Citra yang kuat dan positif tentang Pantai Diamond, yang dibentuk oleh keindahan alamnya yang menakjubkan, akses yang petualangan, dan fasilitas pendukung, meningkatkan ekspektasi dan pengalaman wisatawan. Hal ini, pada gilirannya, memperkuat dampak positif atribut daya tarik terhadap kepuasan. Ketika wisatawan memiliki persepsi atau citra positif sebelum kunjungan, cenderung merasa lebih puas setelah mengalami keindahan dan fasilitas yang ditawarkan oleh Pantai Diamond.

Berdasarkan kajian literatur yang komprehensif terkait pengembangan pariwisata Pantai Diamond di Nusa Penida, Bali, terdapat kebutuhan mendesak untuk penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi keterkaitan antara daya tarik wisata (atraksi, amenities, akses, *ancillary*, dan *community involvement*) terhadap kepuasan wisatawan dengan mempertimbangkan peran penting dari *destination image* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana persepsi dan citra destinasi, yang dibentuk oleh keindahan alam, kualitas layanan, aksesibilitas, serta pengalaman unik yang disediakan oleh layanan tambahan dan partisipasi masyarakat lokal, secara keseluruhan mempengaruhi kepuasan pengunjung. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan mendalam mengenai strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di Pantai Diamond, yang tidak hanya menekankan pada peningkatan kualitas atraksi dan fasilitas tetapi juga memperkuat citra positif destinasi tersebut. Hal ini akan memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur pariwisata pantai dan praktik pengelolaan destinasi wisata di Indonesia, khususnya dalam memaksimalkan potensi

pariwisata berkelanjutan di Nusa Penida, Klungkung, Bali.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

H1 : Daya tarik wisata (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y)

C. F. Lee & King, 2019) serta Jupendri et al., 2020) menekankan bahwa komponen-komponen ini secara langsung mempengaruhi daya tarik dan kenyamanan destinasi wisata, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan wisatawan. (Ratih Pertiwi, 2018) dan (Alvianna et al., 2020) menunjukkan pengaruh signifikan daya tarik wisata terhadap hospitalitas dan kepuasan generasi milenial, sementara (Diarta & Sarjana, 2020) mengkaji pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung di Subak Padanggalak, Denpasar. Melalui pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya mengintegrasikan semua aspek daya tarik wisata untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan, mendukung argumen bahwa peningkatan dalam daya tarik wisata secara signifikan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

H2 : Destination image (Z) memoderasi pengaruh daya tarik wisata (X) terhadap kepuasan wisatawan (Y)

Citra destinasi, sebagai persepsi total yang dibentuk wisatawan berdasarkan informasi sebelum dan selama kunjungan, mempengaruhi bagaimana mereka mengevaluasi pengalaman mereka, termasuk daya tarik yang mereka alami

(Moon & Han, 2019). Citra destinasi yang positif dapat meningkatkan apresiasi wisatawan terhadap daya tarik wisata, membuat mereka lebih cenderung merasa puas dengan pengalaman wisata mereka. Konsep ini mendukung pemahaman bahwa citra destinasi bukan hanya mempengaruhi keputusan awal untuk berkunjung, tetapi juga bagaimana pengalaman tersebut dipersepsikan dan dinilai, yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat kepuasan pasca kunjungan (B. K. Lee et al., 2014; Moon & Han, 2019).

METODE

Sampel

Studi ini menggunakan *accidental sampling* untuk memilih partisipan yang telah mengunjungi Pantai Diamond, Nusa Penida, Bali. Pendekatan ini digunakan karena efisien terhadap waktu dan biaya, fleksibel dan praktis (Sugiyono, 2019). Penentuan jumlah sampel dengan cara mengalikan 5 sampai 10 jumlah indikator (J. Hair et al., 2014). Penelitian ini memiliki 14 indikator, sehingga jumlah sampel yang diambil sebanyak 140 wisatawan.

Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui survei daring yang didistribusikan kepada partisipan yang memenuhi kriteria sampel selama bulan Januari 2024. Survei mencakup pertanyaan terkait informasi demografis, pola kunjungan, persepsi atribut Pantai Diamond, kepuasan keseluruhan dengan kunjungan dan *destination image*.

Analisis Data

Analisis jalur dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS (Partial Least Squares) 3.2.7 untuk menguji hubungan antara Daya tarik wisata Pantai Diamond (variabel independen) dan kepuasan wisatawan (variabel dependen) dengan *destination image* sebagai variabel moderator. Smart PLS dipilih karena kemampuannya menangani model kompleks dan efisiensi dengan ukuran sampel kecil hingga menengah. Berikut adalah urutan tahapan pengolahan data menggunakan Smart PLS (J. F. Hair et al., 2019)

1. Pemodelan Persamaan Struktural, yaitu menggambarkan model konseptual ke dalam

SmartPLS dengan menentukan konstruk dan indikator, serta hubungan antar konstruk.

2. Evaluasi Model Pengukuran (*Measurement Model*). Tahap ini fokus pada validasi konstruk dan indikatornya. Ini termasuk evaluasi reliabilitas dan validitas. Reliabilitas diukur dengan Cronbach's alpha, Composite Reliability, sedangkan validitas diukur melalui Convergent Validity (dengan *Average Variance Extracted* - AVE) dan *Discriminant Validity* (melalui Fornell-Larcker criterion atau HTMT).
3. Evaluasi Model Struktural (*Structural Model*). Setelah model pengukuran divalidasi, tahap selanjutnya adalah evaluasi model struktural. Ini melibatkan pengujian hipotesis tentang hubungan antar variabel. Pengukuran utama termasuk koefisien jalur (path coefficient), nilai R-squared (R^2) untuk menilai kekuatan dan arah hubungan, nilai efek f^2 untuk menilai kekuatan pengaruh, dan nilai prediktif Q^2 untuk validasi prediksi model.
4. Pengujian Hipotesis. SmartPLS menggunakan teknik bootstrapping untuk menguji signifikansi statistik dari koefisien jalur dan efek lainnya. Ini melibatkan pengambilan sampel ulang dari data asli untuk membuat distribusi sampling dari estimasi. Berdasarkan hasil ini, hipotesis dapat diterima atau ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, penelitian ini mengungkap karakteristik responden yang beragam, memberikan insight penting terkait demografi dan preferensi wisatawan yang berkunjung ke Pantai Diamond Nusa Penida Bali. Bagian ini menjelaskan hasil pengolahan data dengan SmartPLS yang meliputi: (i) evaluasi model pengukuran (*measurement model*) (ii) evaluasi model struktural, (iii) *bootstrapping* dan pengujian hipotesis. Selanjutnya dilakukan pembahasan terhadap hasil analisis. Diskusi mendalam mengenai temuan ini membuka wawasan baru mengenai implikasi teoretis dan praktis dari penelitian, serta menawarkan rekomendasi yang berharga untuk penelitian selanjutnya

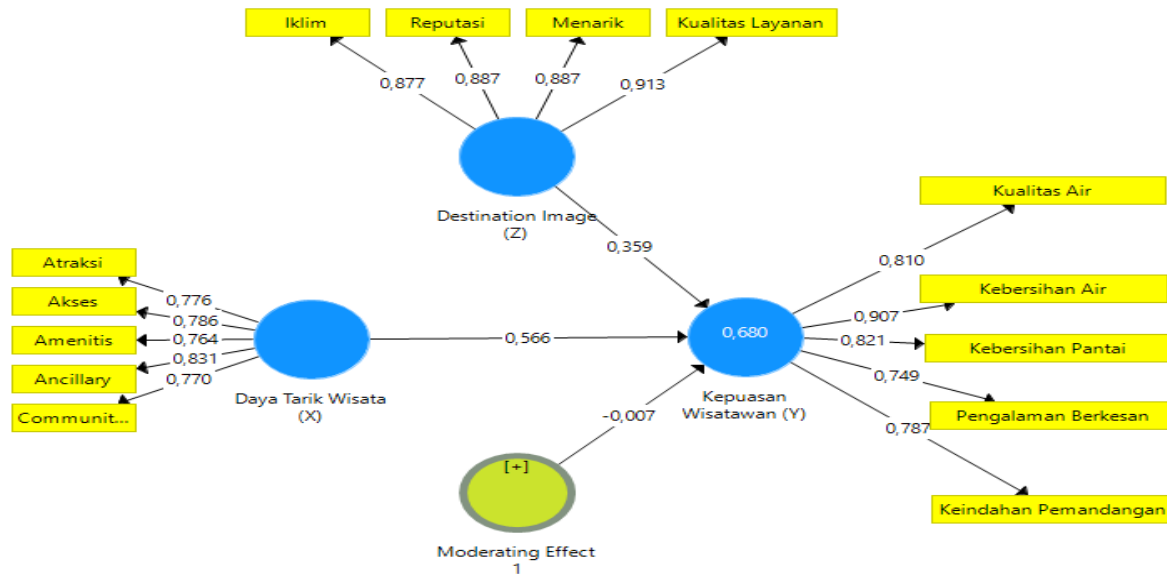
HASIL

Karakteristik Responden

Pengunjung Pantai Diamond Nusa Penida Bali terdiri terutama dari pria (55%) dengan dominasi usia muda, 45% berumur 17-25 tahun dan 35,71% berada di kisaran 26-35 tahun. Setengah dari responden adalah mahasiswa, menandakan kecenderungan destinasi ini menarik kalangan muda. Sementara itu, karyawan swasta menyusul dengan 30,71%, dan pengusaha 10,71%, menunjukkan keragaman dalam profil pekerjaan. Sebagian besar responden memiliki pendapatan bulanan antara US\$ 300 hingga US\$ 600, yang mengimplikasikan sensitivitas terhadap biaya dan preferensi untuk amenitas serta layanan yang terjangkau. Negara asal terbanyak adalah Indonesia (55,71%), dengan Australia (15,71%) dan negara-negara lain seperti Malaysia dan Singapura yang mengikuti. Atraksi petualangan dan fotografi alam kemungkinan menjadi daya tarik utama, sementara aksesibilitas dan kemudahan finansial menjadi pertimbangan penting. Layanan pendukung yang ekonomis dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan muda dapat meningkatkan kepuasan. Keterlibatan komunitas lokal dalam pengalaman wisata dapat memberikan nilai tambah unik, dan citra destinasi yang positif kemungkinan ditentukan oleh seberapa baik aspek-aspek ini memenuhi harapan pengunjung yang mayoritas berbudget terbatas.

Evaluasi Model Pengukuran (*Measurement Model*)

Evaluasi Model Pengukuran, dapat dilihat pada validasi konstruk dan indikatornya melalui evaluasi validitas dan reliabilitasnya. Nilai loading dalam Tabel 1 yang merefleksikan seberapa baik indikator-indikator (item) merepresentasikan konstruk yang diukur. *Loading* ini merupakan indikator validitas konvergen, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki hubungan yang kuat dengan konstruk yang diwakilinya (Hair, 2021). Berikut adalah interpretasi nilai loading untuk masing-masing item dalam konstruk yang diberikan :



Gambar 2. Measurement Model
Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Konstruk: Daya Tarik Wisata

1. **Atraksi:** *Loading* 0,776 menunjukkan bahwa item ini memiliki hubungan yang kuat dengan konstruk Daya Tarik Wisata, mengindikasikan bahwa variabel Atraksi secara efektif merefleksikan daya tarik wisata.
2. **Akses:** *Loading* 0,786 menunjukkan bahwa Akses juga berkorelasi kuat dengan Daya Tarik Wisata, mengindikasikan bahwa kemudahan akses merupakan aspek penting dari daya tarik suatu destinasi wisata.
3. **Amenitis:** *Loading* 0,764 menunjukkan hubungan yang cukup kuat antara Amenitis dan Daya Tarik Wisata, menegaskan bahwa fasilitas pendukung juga mempengaruhi persepsi daya tarik suatu tempat wisata.
4. **Ancillary:** *Loading* 0,831 merupakan salah satu yang tertinggi untuk konstruk ini, menunjukkan bahwa jasa penunjang memiliki peran signifikan dalam menentukan daya tarik wisata.
5. **Community Involvement:** *Loading* 0,770 menunjukkan bahwa keterlibatan komunitas lokal juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi daya tarik wisata.

Konstruk: Kepuasan Wisatawan

1. **Kualitas air:** *Loading* 0,810 menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas air dan

kepuasan wisatawan, menegaskan pentingnya kualitas air dalam pengalaman wisata.

2. **Kebersihan air:** *Loading* 0,907, yang merupakan salah satu nilai loading tertinggi, menunjukkan bahwa kebersihan air sangat kritis terhadap kepuasan wisatawan.
3. **Kebersihan pantai:** *Loading* 0,821 menunjukkan bahwa kebersihan pantai juga sangat mempengaruhi kepuasan wisatawan.
4. **Pengalaman berkesan:** *Loading* 0,749 menunjukkan bahwa pengalaman berkesan memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan wisatawan, tetapi mungkin tidak sekuat faktor lain seperti kebersihan air.
5. **Keindahan pemandangan:** *Loading* 0,747, mirip dengan pengalaman berkesan, menunjukkan bahwa keindahan pemandangan mempengaruhi kepuasan wisatawan namun mungkin tidak sekuat indikator kebersihan.

Konstruk: Destination Image

1. **Iklim:** *Loading* 0,877 menunjukkan bahwa iklim sangat mempengaruhi citra destinasi, menunjukkan pentingnya kondisi iklim terhadap persepsi wisatawan.
2. **Reputasi:** *Loading* 0,887 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara reputasi destinasi dan citra destinasi, menegaskan

pentingnya reputasi dalam pembentukan citra.

3. **Tempat yang menarik:** *Loading* 0,887 menunjukkan bahwa keberadaan tempat-tempat menarik sangat mempengaruhi citra destinasi.
4. **Kualitas layanan:** *Loading* 0,913, nilai tertinggi untuk konstruk ini, menunjukkan

bahwa kualitas layanan adalah faktor kritis dalam membentuk citra destinasi.

Secara keseluruhan, nilai loading yang tinggi melebihi 0,708 pada semua item menunjukkan bahwa setiap indikator efektif dalam merefleksikan konstruk yang diukur (Hair et al, 2019). Ini menunjukkan validitas konvergen yang baik dalam model pengukuran, dengan setiap konstruk diukur dengan tepat oleh indikator-indikatornya.

Tabel 1. Hasil Uji Pengukuran Model

Construct/item	<i>Loading</i>	Cronbach'alpha	Dijkstra-Hensler's rho (ρ_A)	CR	AVE
Daya Tarik Wisata		0,845	0,846	0,890	0,617
Atraksi	0,776				
Akses	0,786				
Amenitis	0,764				
Ancillary	0,831				
Community Involvement	0,770				
Kepuasan Wisatawan		0,874	0,881	0,909	0,667
Kualitas air	0,810				
Kebersihan air	0,907				
Kebersihan pantai	0,821				
Pengalaman berkesan	0,749				
Keindahan pemandangan	0,747				
<i>Destination Image</i>		0,914	0,914	0,939	0,794
Iklim	0,877				
Reputasi	0,887				
Tempat yang menarik	0,887				
Kualitas layanan	0,913				

Sumber : Hasil penelitian, 2026

Dari Tabel 1, semua konstruk (Daya Tarik Wisata, Kepuasan Wisatawan, dan Destination Image) memiliki nilai Cronbach's alpha dan Dijkstra-Hensler's rho (ρ_A) yang lebih tinggi dari ambang batas 0,7, menunjukkan reliabilitas yang baik. *Composite Reliability* (CR) untuk setiap konstruk juga melebihi ambang batas 0,7, menegaskan kembali reliabilitas yang tinggi.

Validitas konvergen diukur dengan *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE untuk semua konstruk melebihi ambang batas 0,5 (0,617 untuk Daya Tarik Wisata, 0,667 untuk Kepuasan Wisatawan, dan 0,794 untuk Destination Image), menunjukkan bahwa

konstruk berhasil menangkap varians yang signifikan dari indikatornya (Furandantin, 2018).

Validitas diskriminan diukur melalui Fornell-Larcker criterion dan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Dari Tabel 2, dapat dilihat bahwa nilai diagonal (yang mewakili akar kuadrat AVE) untuk setiap konstruk lebih besar dari korelasi antar konstruk (di bawah diagonal), memenuhi kriteria Fornell-Larcker. Selain itu, nilai HTMT di bawah 0,9 menunjukkan validitas diskriminan yang baik antara konstruk (Carranza et al., 2020)

Tabel 2. Validitas Diskriminan

Fornel-Lackerr Criterion			
	Daya Tarik Wisata (X)	<i>Destination Image</i> (Z)	Kepuasan Wisatawan (Y)
Daya Tarik Wisata (X)	0,786		
<i>Destination Image</i> (Z)	0,558	0,891	
Kepuasan Wisatawan (Y)	0,768	0,667	0,816
Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)			
	Daya Tarik Wisata (X)	<i>Destination Image</i> (Z)	Kepuasan Wisatawan (Y)
Daya Tarik Wisata (X)			
<i>Destination Image</i> (Z)	0,635		
Kepuasan Wisatawan (Y)	0,888	0,753	

Sumber : Hasil penelitian, 2026

Evaluasi Model Struktural (*Structural Model*)

Dalam Evaluasi Model Struktural, hasil uji hubungan antar variabel dalam model dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Koefisien Jalur (β):** Dari Tabel 3, hubungan antara Daya Tarik Wisata (X) dan Kepuasan Wisatawan (Y) memiliki koefisien jalur $\beta = 0,565$ dengan T Value 7,920, menunjukkan hubungan yang signifikan. Demikian pula, *Destination Image* (Z) ke Kepuasan Wisatawan (Y) memiliki $\beta = 0,360$ dengan T Value 4,604, juga menunjukkan hubungan yang signifikan. Ini menunjukkan bahwa kedua prediktor memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan.
- Nilai R-squared (R^2) dan Adjusted R-squared (Adj R^2):** Nilai R^2 sebesar 0,680 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 68% varians dalam Kepuasan Wisatawan. Adjusted R^2 sebesar 0,673 menegaskan kembali kekuatan model dalam menjelaskan varians tersebut dengan mengakomodasi jumlah prediktor dalam model.

- Nilai Efek f^2 :** Nilai f^2 untuk hubungan Daya Tarik Wisata (X) -> Kepuasan Wisatawan (Y) adalah 0,689, menunjukkan pengaruh besar, sedangkan untuk *Destination Image* (Z) -> Kepuasan Wisatawan (Y) adalah 0,262, menunjukkan pengaruh sedang. Ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap Kepuasan Wisatawan dibandingkan dengan *Destination Image*.
- Nilai Prediktif Q^2 :** Q^2 sebesar 0,441 menunjukkan bahwa model memiliki kapabilitas prediksi yang baik untuk Kepuasan Wisatawan, dengan lebih dari 44% varians dalam variabel dependen dapat diprediksi dari model.
- Variabel Inflasi Faktor (VIF):** Nilai VIF kurang dari 5 untuk semua prediktor, menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas yang signifikan dalam model.

Kesimpulan dari evaluasi model struktural adalah bahwa model memiliki kekuatan prediktif yang baik.

Tabel 3. Evaluasi Model Struktural

Relationships	β	T Value	f^2	P	VIF
Daya Tarik Wisata (X) -> Kepuasan Wisatawan (Y)	0,565	7,920	0,689	0,000	1,453
<i>Destination Image</i> (Z) -> Kepuasan Wisatawan (Y)	0,360	4,604	0,262	0,000	1,533

Moderating Effect -> Kepuasan Wisatawan (Y)	-0,004	0,145	0,000	0,885	1,091
Endogenous Variable	R²		Adj R²	Q²	
Kepuasan Wisatawan (Y)	0,680		0,673	0,441	

Sumber : Hasil penelitian, 2026

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan Tabel 4 Hasil Uji Hipotesis yang disajikan dalam gambar, berikut adalah interpretasi dari pengujian dua hipotesis tersebut:

H1: Daya Tarik Wisata (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang disajikan, ditemukan bahwa koefisien jalur (β) memiliki nilai sebesar 0,565. Hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan. Dengan kata lain, semakin meningkatnya daya tarik suatu destinasi wisata, akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan. Nilai T yang dihasilkan adalah sebesar 7,920, yang mana

nilainya secara signifikan melampaui nilai kritis yang umumnya digunakan sebagai acuan, yaitu 1,96 untuk tingkat kepercayaan sebesar 95% atau 2,576 untuk tingkat kepercayaan sebesar 99%. Ini mengindikasikan bahwa hubungan antara Daya Tarik Wisata dengan Kepuasan Wisatawan memiliki signifikansi statistik yang tinggi. Selanjutnya, nilai P yang diperoleh kurang dari 0,001, yang ditunjukkan dengan angka 0,000, menegaskan bahwa hipotesis nol yang menyatakan tidak ada pengaruh antara kedua variabel dapat ditolak. Oleh karena itu, dapat diterima bahwa Daya Tarik Wisata memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat Kepuasan Wisatawan.

Tabel 4 Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	β	T Value	P Values	Supporting
1	Daya Tarik Wisata (X) -> Kepuasan Wisatawan (Y)	0,565	7,920	0,000	Yes
2	<i>Destination Image</i> (Z) memoderasi pengaruh Daya Tarik Wisata (X) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y)	-0,004	0,145	0,885	No

Sumber : Hasil penelitian, 2026

H2: *Destination Image* (Z) memoderasi pengaruh Daya Tarik Wisata (X) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y)

Dalam analisis efek moderasi pada hubungan antara Daya Tarik Wisata dan Kepuasan Wisatawan oleh *Destination Image*, nilai koefisien jalur β yang sebesar -0,004 memberikan indikasi bahwa efek moderasi yang dilakukan oleh *Destination Image* sangatlah minim dan memiliki arah negatif. Ini menandakan bahwa efek moderasi *Destination Image* tidak memberikan kontribusi yang berarti atau tidak menguatkan hubungan yang telah ada antara Daya Tarik Wisata dan Kepuasan Wisatawan. Selanjutnya, nilai T yang sangat

rendah, yaitu 0,145, mengindikasikan bahwa efek moderasi *Destination Image* tidak memiliki signifikansi statistik yang memadai. Nilai ini berada jauh di bawah nilai kritis yang biasanya digunakan untuk menentukan signifikansi, baik itu nilai kritis 1,96 untuk tingkat kepercayaan 95% atau 2,576 untuk 99%. Karena itu, dari perspektif statistik, *Destination Image* tidak memberikan efek moderasi yang signifikan terhadap hubungan antara Daya Tarik Wisata dan Kepuasan Wisatawan.

Selanjutnya, nilai P yang tinggi, yaitu 0,885, memberikan bukti tambahan bahwa efek moderasi oleh *Destination Image* tidak signifikan. Nilai ini melebihi ambang batas 0,05

yang umumnya digunakan untuk menentukan signifikansi statistik. Dengan demikian, berdasarkan nilai P ini, tidak ada alasan yang cukup untuk menolak hipotesis nol, yang menyatakan bahwa tidak ada efek moderasi. Kesimpulannya, berdasarkan data yang diberikan, *Destination Image* tidak memiliki efek moderasi yang signifikan pada hubungan antara Daya Tarik Wisata dan Kepuasan Wisatawan.

Dengan demikian, berdasarkan tabel yang disajikan, H1 didukung oleh data, menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, sedangkan H2 tidak didukung oleh data, menunjukkan bahwa *Destination Image* tidak memiliki efek moderasi yang signifikan pada hubungan antara Daya Tarik Wisata dan Kepuasan Wisatawan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Diamond di Nusa Penida, Bali. Karakteristik responden, yang mayoritas merupakan pria dengan dominasi usia muda (17-35 tahun), mahasiswa, dan karyawan swasta dengan pendapatan bulanan antara US\$ 300 hingga US\$ 600, menandakan bahwa destinasi ini menarik bagi kalangan muda yang sensitif terhadap biaya dan mengutamakan amenitas serta layanan yang terjangkau. Hal ini sesuai dengan literatur yang mengaitkan elemen-elemen seperti atraksi, akses, amenitas, dan *ancillary*, termasuk keterlibatan komunitas, dengan kepuasan wisatawan.

Penelitian oleh (Alvianna et al., 2020), serta (Lee & King, 2019), menekankan pentingnya kombinasi atraksi, akses, amenitas, *ancillary* dan *community involvement* (Selamet, 2021) dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Penelitian serupa oleh Harahap dan Effendi (2020), Jupendri, Amri, dan Effendi (2020), Putu Ratih Pertiwi (2013), Stella Alvianna dkk. (2020), serta Diarta dan Sarjana (2020) juga menunjukkan bagaimana komponen ini secara efektif meningkatkan daya tarik dan kenyamanan

destinasi wisata, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Analisis data menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata secara signifikan mempengaruhi kepuasan wisatawan, menegaskan bahwa peningkatan dalam aspek atraksi, akses, amenitas, dan *ancillary*, bersama dengan keterlibatan komunitas lokal, dapat memperkaya pengalaman wisata dan meningkatkan kepuasan. Ini menggarisbawahi pentingnya destinasi wisata untuk terus mengembangkan dan memelihara aspek-aspek tersebut agar dapat memenuhi dan melebihi harapan wisatawan, terutama di destinasi yang menarik kalangan muda dengan sensitivitas terhadap biaya seperti Pantai Diamond di Nusa Penida, Bali.

Peran *Destination Image* dalam memoderasi pengaruh antara Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan.

Penelitian mengenai pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan, dengan mempertimbangkan *Destination Image* sebagai variabel moderator, menyediakan wawasan penting tentang dinamika antara elemen-elemen ini dalam konteks pariwisata pantai. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh (Dodds & Holmes, 2020), (Bršćić & Šugar, 2020), serta (Hasanah et al., 2024), terungkap bahwa faktor-faktor seperti kualitas lingkungan, kebersihan pantai, dan perilaku yang bertanggung jawab terhadap lingkungan berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan.

Peran *Destination Image* dalam memoderasi pengaruh antara daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan pada penelitian ini terbukti tidak signifikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa citra destinasi tidak memperkuat maupun memperlemah hubungan antara daya tarik wisata dan kepuasan wisatawan di Pantai Diamond, Nusa Penida. Temuan ini dapat dijelaskan melalui karakteristik responden penelitian yang didominasi oleh wisatawan usia muda, terutama mahasiswa dan karyawan swasta dengan tingkat pendapatan bulanan antara US\$ 300 hingga US\$ 600. Karakteristik tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas wisatawan memiliki sensitivitas terhadap biaya dan lebih berorientasi pada

pengalaman aktual yang diperoleh selama kunjungan dibandingkan persepsi simbolik terhadap destinasi. Dalam konteks ini, aspek-aspek nyata seperti keindahan pantai, kebersihan air, akses menuju lokasi, fasilitas dasar, serta pengalaman visual dan fotografi menjadi faktor utama yang secara langsung membentuk kepuasan wisatawan.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Dodds & Holmes, 2020), (Bršćić & Šugar, 2020), serta (Hasanah et al., 2024) yang menekankan bahwa kualitas pengalaman langsung di destinasi pantai, termasuk kebersihan lingkungan, kualitas air, dan pengalaman berkesan, memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap kepuasan wisatawan dibandingkan persepsi abstrak mengenai destinasi. Pada wisatawan muda, khususnya yang memiliki keterbatasan anggaran perjalanan, kepuasan cenderung dibentuk oleh kesesuaian antara ekspektasi praktis dengan pengalaman aktual di lapangan. Oleh karena itu, meskipun *Destination Image* Pantai Diamond tergolong positif dan mampu menarik minat kunjungan, citra tersebut tidak cukup kuat untuk mengubah atau memperkuat pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan yang telah terbentuk secara langsung melalui pengalaman wisatawan selama berada di destinasi.

Secara teoritis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Destination Image* lebih berperan pada tahap pra-kunjungan, terutama dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk memilih destinasi, sebagaimana dijelaskan oleh (Jurado et al., 2009), (Chang et al., 2020), serta (Longarete et al., 2015). Namun, setelah wisatawan berada di lokasi, evaluasi terhadap kepuasan lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas pengalaman aktual yang dirasakan secara langsung. Kondisi ini menjelaskan mengapa pengaruh langsung daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan tetap dominan, sementara efek moderasi *Destination Image* tidak menunjukkan signifikansi statistik. Temuan ini juga mengindikasikan bahwa pada destinasi wisata alam seperti Pantai Diamond, kekuatan pengalaman autentik dan kualitas atraksi fisik lebih menentukan tingkat kepuasan dibandingkan persepsi citra destinasi yang telah terbentuk sebelumnya.

Penelitian ini menggarisbawahi bahwa indikator kepuasan wisatawan mencakup kepuasan terhadap kualitas air, kebersihan air dan pantai, pengalaman berkesan, serta keindahan pemandangan sebagai ukuran utama. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan tidak hanya dipengaruhi oleh atribut fisik destinasi tetapi juga oleh pengalaman dan persepsi keseluruhan mereka selama berwisata.

Destination Image, sebagaimana didefinisikan oleh (Jurado et al., 2009), (Chang et al., 2020), serta (Longarete et al., 2015), dipahami sebagai persepsi total yang dibentuk oleh wisatawan berdasarkan informasi sebelum dan selama kunjungan ke destinasi. Penelitian ini menemukan bahwa *Destination Image*, yang diukur melalui indikator seperti iklim, reputasi, tempat yang menarik, dan kualitas layanan, memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi dan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Dari analisis yang dilakukan, diketahui bahwa *Destination Image* berpotensi memoderasi pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. Ini berarti bahwa persepsi positif tentang destinasi dapat meningkatkan dampak positif atribut-atribut daya tarik wisata terhadap tingkat kepuasan wisatawan. Meskipun demikian, studi ini mengungkapkan bahwa efek moderasi ini tidak signifikan, yang menunjukkan bahwa meskipun *Destination Image* mempengaruhi keputusan dan persepsi wisatawan, pengaruh langsung daya tarik wisata terhadap kepuasan masih dominan.

Oleh karena itu, hasil penelitian menegaskan pentingnya pengelolaan dan pengembangan daya tarik wisata yang efektif serta pemeliharaan citra positif destinasi untuk meningkatkan kepuasan wisatawan, yang pada gilirannya dapat mendukung keberlanjutan pariwisata pantai melalui promosi perilaku yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan investasi berkelanjutan berdasarkan persepsi dan kepuasan pengguna.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

SPenelitian ini mengeksplorasi pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan, dengan mempertimbangkan peran *Destination*

Image sebagai variabel moderasi. Temuan utama menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Namun, efek moderasi dari *Destination Image* terhadap hubungan ini tidak signifikan, menandakan bahwa meskipun citra destinasi berkontribusi pada persepsi awal wisatawan, tidak secara substansial memperkuat hubungan antara daya tarik wisata dan kepuasan. Kesimpulan ini menegaskan pentingnya daya tarik wisata dalam meningkatkan kepuasan wisatawan, sementara citra destinasi mungkin mempengaruhi keputusan awal untuk berkunjung tanpa signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan pasca kunjungan.

Rekomendasi

Rekomendasi berdasarkan penelitian yang dilakukan, disarankan untuk mengembangkan strategi pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan, memperhatikan kualitas atraksi wisata serta memastikan kebersihan dan pemeliharaan yang baik. Pentingnya keterlibatan komunitas lokal dalam proses pengembangan pariwisata harus ditekankan, dengan mendorong partisipasi aktif mereka dalam penyediaan layanan dan pengalaman yang autentik. Selanjutnya, peningkatan fasilitas dan layanan yang mendukung destinasi wisata, termasuk aksesibilitas, akan berkontribusi positif terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian lebih lanjut dianjurkan untuk mengeksplorasi hubungan antara elemen-elemen pariwisata lainnya dengan kepuasan wisatawan, termasuk pengaruh teknologi dan media sosial.

Referensi

- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). Terhadap Kepuasan Generasi Millennial Berkunjung ke Tempat Wisata. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(1), 53–59. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.41>
- Arisanti, D. A. (2023). Celaka ! Turis India Snehlbai Tergelincir Saat Menelusuri Anak Tangga Menuju Pantai Diamond Nusa Penida. *Radar Bali.Id*. [https://radarbali.jawapos.com/pariwisata/701710145/celaka-turis-india-snehalbai-tergelincir-saat-menelusuri-anak-tangga-menuju-pantai-](https://radarbali.jawapos.com/pariwisata/701710145/celaka-turis-india-snehalbai-tergelincir-saat-menelusuri-anak-tangga-menuju-pantai-diamond-nusa-penida)
- diamond-nusa-penida
- Arisanti, D. A. (2024). Duh, Diduga Terpeleset, Buruh Proyek Nahas Tewas Usai Jatuh dari Tebing Pantai Diamond, Begini Ceritanya. *Radar Bali.Id*. <https://radarbali.jawapos.com/peristiwa/704084203/duh-diduga-terpeleset-buruh-proyek-nahas-tewas-usai-jatuh-dari-tebing-pantai-diamond-begini-ceritanya>
- Artawan, I. P. B. (2023). Siap-siap , Masuk Pantai Diamond Nusa Penida Bakal “Digetok” Rp 35 Ribu. *DetikBali*. <https://www.detik.com/bali/wisata/d-6946069/siap-siap-masuk-pantai-diamond-nusa-penida-bakal-digetok-rp-35-ribu>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Klungkung. (2024). *Kabupaten Klungkung dalam angka 2024*. <https://klungkungkab.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/04578bbcb1360872f06e2da9/kabupaten-klungkung-dalam-angka-2024.html>
- Balipost. (2023). *Sepanjang 2023, Nusa Penida masih jadi destinasi favorit wisatawan*. <https://www.balipost.com/news/2023/12/29/380326/Sepanjang-2023,Nusa-Penida-Masih...html>
- Bršćić, K., & Šugar, T. (2020). Users’ perceptions and satisfaction as indicators for sustainable beach management. *Tourism and Hospitality Management*, 26(1), 33–48. <https://doi.org/10.20867/thm.26.1.3>
- Carranza, R., Díaz, E., Martín-Consuegra, D., & Fernández-Ferrín, P. (2020). PLS–SEM in business promotion strategies. A multigroup analysis of mobile coupon users using MICOM. *Industrial Management and Data Systems*, 120(12), 2349–2374. <https://doi.org/10.1108/IMDS-12-2019-0726>
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4), 159–175.
- Chang, M., Xing, Y. Y., Zhang, Q. Y., Han, S.-J., & Kim, M. (2020). A CNN image classification analysis for “clean-coast detector” as tourism service distribution. *Journal of Distribution Science*, 18(1), 15–26. <https://doi.org/10.15722/jds.18.01.20201.15>
- Choe, J., & Mahyuni, L. P. (2023). Sustainable and Inclusive Spiritual Tourism Development in Bali as a Long-term Post-Pandemic Strategy. *International Journal of Religious Tourism ...* <https://arrow.tudublin.ie/ijrt/vol11/iss2/11/>
- Diarta, I. K. S., & Sarjana, I. M. (2020). Pengaruh Atribut Dan Kualitas Layanan Terhadap

- Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Pertanian Subak Di Kota Denpasar Bali. *Media Konservasi*, 25(2), 113–123. <https://doi.org/10.29244/medkon.25.2.113-123>
- Dodds, R., & Holmes, M. R. (2020). Is blue flag certification a means of destination competitiveness? A Canadian context. *Ocean and Coastal Management*, 192. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2020.105192>
- Fakta, P., & Dede, B. P. (2023). Kembali Terulang Diamond Beach, Nusa Penida Memakan Korban. *Humas Polri.Go.Id*. <https://humas.polri.go.id/2023/01/04/kembali-terulang-diamond-beach-nusa-penida-memakan-korban/>
- Fidrdaus, A. (2023). Diamond Beach Merenggut Nyawa, Pemerintah Tutup 3 Akses Pantai di Nusa Penida. *Medcom.Id*. <https://www.medcom.id/gaya/wisata/VNxwpQaK-diamond-beach-merenggut-nyawa-pemerintah-tutup-3-akses-pantai-di-nusa-penidadiamond-beach-merenggut-nyawa-pemerintah-tutup-3-akses-pantai-di-nusa-penida>
- Furandantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi Smartpls v.3.2.7 2018.
- González, S. A., Loyola, D., & Yañez-Navea, K. (2021). Perception of environmental quality in a beach of high social segregation in northern Chile: Importance of social studies for beach conservation. *Ocean and Coastal Management*, 207. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2021.105619>
- Hadi, A. A., Sudana, I. P., & Mananda, S. I. (2023). Faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan nusantara berkunjung ke pantai pasut, tabanan. *IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 11(2), 47–54.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Harahap, I., & Effendi, I. (2020). The Potential Forest Ecotourism in Suligi Hill, Riau Province, Indonesia. *Journal of Physics: Conference Series*, 1655(1), 0–8. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1655/1/012148>
- Hasanah, E. U., Yumarlin, M. Z., Lantarsih, R., Ardi, I. A., Wahyudi, D., & Luthfiana, D. N. (2024). Key determinant of visitors' environmentally responsible behavior at Mlarangan Asri Beach Kulon Progo Regency, Indonesia. In W. D. & B. L.K. (Eds.), *E3S Web of Conferences* (Vol. 475). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202447502010>
- Insani, N., Nurfahrul, M., Khakim, L., Aldin, A., & Dahlia, S. (2020). Study of Tourism Attraction for the Development of Geohistory Tourism in Van Den Bosch Fort Ngawi Regency, East Java. *SPATIAL: Wahana Komunikasi Dan Informasi Geografi*, 20(1), 1–7. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/spatial/article/view/11570>
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186–204. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00067-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3)
- Joseph F. Hair, J. . G. T. M. H. C. M. R. M. S. (2021). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)-Third Edition.
- Jupendri, Amri, K., & Effendi, I. (2020). Natural Ecotourism Objects in Rokan Hulu Regency, Riau Province, Indonesia. *Journal of Physics: Conference Series*, 1655(1), 0–9. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1655/1/012141>
- Jurado, E., Dantas, A. G., & Da Silva, C. P. (2009). Coastal zone management: Tools for establishing a set of indicators to assess beach carrying capacity (Costa del Sol - Spain). *Journal of Coastal Research, SPEC. ISSUE 56*, 1125–1129. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84863184996&partnerID=40&md5=fe22fbc24936d80034c53330433c39fa>
- Krisnayanti, N. L. M., Negara, I. M. K., & Dewi, N. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pengunjung ke Monkey Forest Ubud. *IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 11(2), 15–24.
- Kusuma, T. W., Dewi, L., & Sagita, P. A. W. (2023). Pengaruh Attraction, Amenities, Accessibility, dan Ancillary Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan Nusantara Ke Pantai Pandawa, Badung. *IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 11(2), 135–147.
- Lee, B. K., Lee, C. K., & Lee, J. (2014). Dynamic Nature of Destination Image and Influence of Tourist Overall Satisfaction on Image Modification. *Journal of Travel Research*, 53(2), 239–251. <https://doi.org/10.1177/0047287513496466>
- Lee, C. F., & King, B. (2019). Determinants of

- attractiveness for a seniors-friendly destination: a hierarchical approach. *Current Issues in Tourism*, 22(1), 71–90. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1250725>
- Listiowati, A. S., Wiranatha, A. S., & Suryawardani, I. G. A. O. (2020). Strategi Pengembangan DTW Pantai Diamond di Dusun Pelilit, Desa Pejukutan, Nusa Penida, Klungkung, Bali. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, 516. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2020.v06.i02.p13>
- Longarete, C., Bombana, B. A., & Mascarello, M. A. (2015). Analysis of artificialization level: Case study of the Brava Beach, Itajaí (Santa Catarina, Brazil) and Brava Beach, Punta del Este (Maldondo, Uruguay). *Journal of Integrated Coastal Zone Management*, 15(2), 249–264. <https://doi.org/10.5894/rgci508>
- López, M. F. B., Virto, N. R., & Figueiredo, J. (2020). Determinants of residents' word-of-mouth behaviour and support for tourism. *Administrative Sciences*, 10(3). <https://doi.org/10.3390/admsci10030051>
- Moon, H., & Han, H. (2019). Tourist experience quality and loyalty to an island destination: the moderating impact of destination image. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(1), 43–59. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1494083>
- Paula, L., & Kaufmane, D. (2020). Cooperation for Renewal of Local Cultural Heritage in Rural Communities: Case Study of the Night of Legends in Latvia. *European Countryside*, 12(3), 366–383. <https://doi.org/10.2478/euco-2020-0020>
- Putra, K. (2023). Sebelum Ada Dasar Hukum , Pengelola Pantai Diamond Nusa Penida Diminta Tidak Pungut Retribusi. *Pos Bali.Net*. <https://www.posbali.net/pariwisata/1423096274/sebelum-ada-dasar-hukum-pengelola-pantai-diamond-nusa-penida-diminta-tidak-pungut-retribusi>
- Ratih Pertiwi, P. (2018). Penerapan Hospitality Tourism di Desa Wisata Penglipuran Ditinjau dari Attractions, Accesibilities, Amenities, Ancillaries, And Community Involvement. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 4(1), 44. <https://doi.org/10.22334/jihm.v4i1.49>
- Selamet, I. W. A. (2021). Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Daya Tarik Wisata Padang Bai Kecamatan Manggis Kabupaten Karangasem Bali. *JOURNEY*, 4(1), 43–62.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Suputra, E. M., & Putri, I. A. S. (2023). Pungutan Pihak Swasta di Kawasan Pantai Diamond Nusa Penida Kembali Dikeluhkan. *Tribun-Bali.Com*.
- Than, T. T., Kieu, T. P. H., Pham, T. A. D., Van Hoang, T. C., Tran, T. H., Nguyen, H. D., & Dao, T. K. (2020). Impact of community attachment and resident's support on destination sustainability: Evidence from spiritual and community destination in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 361–369. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.N08.361>
- Wisnawa, I. G. Y., Jayantara, I. G. N. Y., & Gunawan, I. K. (2020). Pemetaan Sebaran Tingkat Potensi Objek Wisata Yang Terdapat Di Kecamatan Nusa Penida. *Jurnal ENMAP.*, 1(2), 44–50. <https://doi.org/10.23887/em.v1i2.29008>
- Wisnawa, I. M. B., Kartimin, I. W., & Hartini, N. M. (2022). *Brand dan E-Marketing Pariwisata* (W. N. Cahyo (ed.); First). Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=NRF2EAAQBAJ&pg=PR3&lpg=PR3&dq=brand+dan+e-marketing+pariwisata+bayu+wisnawa&source=bl&ots=DCVrly0gmd&sig=ACfU3U1dvMK eC8uyXDlengDXP8LqgicdIQ&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwi4xODXgbb5AhVWRmwGHANoDUUQ6AF6BAGTEAM#v=onepage&q=brand>
- Wisnawa, I. M. B., Prayogi, P. A., & Sutapa, I. K. (2021). *Manajemen Pemasaran Pariwisata- Pengembangan Potensi Produk Wisata Pedesaan* (A. Y. Wati (ed.); First). Deepublish. https://books.google.co.id/books/about/Manajemen_Pemasaran_Pariwisata_PengembanganPotensiProdukWisataPedesaan.html?id=ezcgEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Wisnawa, I. M. B., Sutapa, I. K., & Prayogi, P. A. (2019). *Manajemen Pemasaran Pariwisata : Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata di Kawasan Pedesaan* (A. D. Nabila (ed.); First, Issue 1). Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Pariwisata_Model_Bra/5QTQDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=I+Made+ba+yu+wisnawa&pg=PR6&printsec=frontcover