

PENGARUH PENGALAMAN WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN NUSANTARA DI TIRTA GANGGA KARANGASEM

I Gede Agus Puja Adnyana¹, NMS Wijaya², NGAS Dewi³

Email: guspuja79@gmail.com¹, sofia_ipw@unud.ac.id², susrami_ipw@unud.ac.id³

^{1,2,3}Program Studi Sarjana Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: Tourism experience is an important factor influencing tourist satisfaction and the sustainability of a destination. This study aims to analyze the effect of tourism experience on the satisfaction of domestic tourists visiting Tirta Gangga, Karangasem Regency. Data were collected using a five-point Likert scale questionnaire. Data analysis included descriptive analysis and simple linear regression using SPSS. The results indicate that the tourism experience was rated as very good, with a mean score of 4.26, while tourist satisfaction was categorized as satisfied, with a mean score of 4.12. The regression analysis revealed that tourism experience has a positive and significant effect on tourist satisfaction ($t = 5.615$; $p < 0.001$). The coefficient of determination ($R^2 = 0.243$) indicates that tourism experience explains 24.3% of the variance in tourist satisfaction, while the remaining 75.7% is influenced by other factors outside the research model. These findings highlight that improving the quality of the tourism experience through aesthetic appeal, cultural experiences, emotional experiences, and destination comfort is an important strategy for enhancing the satisfaction of domestic tourists visiting Tirta Gangga.

Abstrak: Pengalaman wisata merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dan keberlanjutan destinasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengalaman wisata terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Tirta Gangga, Kabupaten Karangasem. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner skala Likert lima poin. Analisis data meliputi analisis deskriptif dan regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman wisata berada pada kategori sangat baik dengan rata-rata skor sebesar 4,26, sedangkan kepuasan wisatawan berada pada kategori puas dengan rata-rata skor sebesar 4,12. Hasil regresi menunjukkan bahwa pengalaman wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ($t = 5,615$; $p < 0,001$). Nilai koefisien determinasi sebesar 0,243 menunjukkan bahwa pengalaman wisata mampu menjelaskan 24,3% variasi kepuasan wisatawan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pengalaman wisata melalui aspek estetika, pengalaman budaya, pengalaman emosional, serta kenyamanan destinasi menjadi strategi penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan nusantara di Tirta Gangga.

Kata kunci: pengalaman wisata; kepuasan wisatawan; wisatawan nusantara; Tirta Gangga

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang memiliki peranan strategis dalam pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya di Indonesia, sekaligus menjadi sarana pelestarian budaya dan peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja (Kemenparekraf, 2023). Bali, sebagai destinasi wisata utama Indonesia, dikenal karena keindahan alam, kekayaan budaya, serta keramahan masyarakatnya (Suwena & Widyatmaja, 2017). Salah satu kabupaten di Bali dengan potensi wisata besar adalah Karangasem, dengan Tirta Gangga sebagai salah satu daya tariknya yang paling populer. Taman air bersejarah peninggalan Kerajaan Karangasem yang dibangun pada tahun 1946 ini dikenal dengan kolam airnya yang jernih, arsitektur

tradisional Bali, ukiran batu, serta suasana taman yang asri dan menenangkan.

Popularitas Tirta Gangga tercermin dari data kunjungan wisatawan. Sepanjang tahun 2025 (Januari-pertengahan Desember), Karangasem menerima 1.280.969 kunjungan wisatawan, terdiri atas 1.029.397 wisatawan mancanegara dan 251.572 wisatawan domestik, dengan Tirta Gangga sebagai destinasi terfavorit sebanyak 414.766 kunjungan (Disbudpar Karangasem dalam Balipuspanews, 2026). Data ini menegaskan bahwa Tirta Gangga bukan hanya terkenal, tetapi juga menghadapi tekanan kunjungan yang cukup tinggi, terutama pada musim liburan.

Keberhasilan pengelolaan sebuah destinasi tidak hanya ditentukan oleh jumlah kunjungan, tetapi juga oleh kualitas pengalaman wisata (tourist experience) yang dirasakan wisatawan.

Kim, Ritchie, dan McCormick (2012) menjelaskan bahwa pengalaman wisata yang berkesan terbentuk melalui pengalaman emosional, budaya lokal, pengetahuan, dan keterlibatan wisatawan, sementara Pine dan Gilmore (1998) melalui konsep *experience economy* menekankan empat dimensi utama, yaitu estetika, edukasi, hiburan, dan pelarian dari rutinitas. Dalam konteks wisata budaya, Chen dan Rahman (2018) menambahkan bahwa keterlibatan dengan unsur budaya lokal dan keaslian pengalaman menjadi faktor penting yang membentuk kesan mendalam bagi wisatawan. Pengalaman wisata yang positif terbukti memengaruhi persepsi dan kepuasan wisatawan terhadap destinasi yang dikunjungi (Xu, Zhang, & Tian, 2022).

Di sisi lain, kepuasan wisatawan menjadi indikator utama untuk menilai kualitas suatu destinasi. Kepuasan tercipta ketika pengalaman yang dirasakan wisatawan sesuai atau melebihi harapan mereka (Kotler & Keller, 2016). Wisatawan yang puas cenderung berkunjung kembali, memberikan ulasan positif, serta merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain, sedangkan pengalaman yang tidak memuaskan berpotensi menurunkan citra destinasi. Sebagai destinasi populer, Tirta Gangga memperoleh banyak apresiasi atas keindahan taman air dan spot fotogeniknya (Bali Holiday Secrets, 2026; Tripadvisor, 2026), namun beberapa wisatawan juga mengeluhkan kepadatan pengunjung di area tertentu, terutama pada batu pijakan di kolam, yang menimbulkan antrean dan mengurangi kenyamanan kunjungan (Tripadvisor, 2026). Variasi pengalaman ini menunjukkan adanya potensi ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan yang dapat memengaruhi kepuasan wisatawan.

Penelitian terdahulu mengenai pengalaman dan kepuasan wisatawan di destinasi budaya Bali cenderung lebih menyoroti aspek fasilitas, kualitas pelayanan, dan daya tarik fisik, tanpa menekankan pengalaman emosional atau keterlibatan budaya, sebagaimana terlihat pada penelitian Wibawa (2022) di Ubud Monkey Forest, Antari dan Pradnyawati (2021) di Garuda Wisnu Kencana, serta Suryana dan Paramartha (2022) di Taman Nusa Gianyar. Padahal, pengalaman wisata yang diperoleh melalui keindahan destinasi, nilai budaya, emosi, relaksasi, dan keterlibatan diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, khususnya wisatawan nusantara yang

menjadi segmen penting namun belum banyak dikaji secara khusus pada konteks Tirta Gangga.

Hubungan antara pengalaman wisata dan kepuasan wisatawan dalam penelitian ini dijelaskan melalui Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) yang dikembangkan oleh Mehrabian dan Russell (1974). Teori ini menjelaskan bahwa stimulus yang berasal dari lingkungan eksternal akan memengaruhi kondisi internal individu (*organism*) berupa persepsi, emosi, dan penilaian, yang selanjutnya menghasilkan suatu respons (*response*) tertentu. Dalam konteks pariwisata, Xu, Zhang, dan Tian (2022) menjelaskan bahwa pengalaman wisata yang diterima wisatawan berperan sebagai stimulus yang memengaruhi persepsi dan emosi wisatawan sebagai *organism*, sehingga menghasilkan respons berupa kepuasan terhadap destinasi yang dikunjungi. Dalam penelitian ini, pengalaman wisata yang diperoleh wisatawan nusantara selama berkunjung ke Tirta Gangga diposisikan sebagai stimulus (S) yang terdiri atas empat indikator, yaitu pengalaman estetika dan daya tarik budaya, pengalaman budaya dan edukasi, pengalaman emosional, serta pengalaman relaksasi dan kenyamanan. Stimulus tersebut memengaruhi kondisi internal wisatawan (*organism*) berupa persepsi dan penilaian terhadap pengalaman yang diperoleh, yang selanjutnya menghasilkan respons (R) berupa kepuasan wisatawan.

Destinasi wisata, menurut Cooper et al. (2008), merupakan area geografis yang dikunjungi wisatawan dan memiliki atraksi, fasilitas, layanan pendukung, serta aksesibilitas, sementara Yoeti (2003) menjelaskan destinasi wisata sebagai kawasan yang memiliki kondisi alam, budaya, dan buatan manusia yang mampu menarik minat kunjungan. Tirta Gangga, sebagai objek wisata budaya dan sejarah, memiliki karakteristik sebagai destinasi yang menawarkan keindahan arsitektur, nilai sejarah kerajaan Karangasem, suasana alami, serta berbagai fasilitas pendukung bagi wisatawan. Adapun wisatawan nusantara, sesuai Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata serta definisi Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), adalah warga negara Indonesia yang melakukan perjalanan wisata di dalam wilayah Indonesia di luar lingkungan tempat tinggalnya, dalam jangka waktu tertentu, dan bukan untuk tujuan memperoleh penghasilan di daerah yang dikunjungi. Wisatawan nusantara memiliki karakteristik sosial, budaya, dan ekonomi yang beragam sehingga memengaruhi

perilaku, motivasi, serta preferensi wisata mereka selama melakukan kunjungan (Kemenparekraf, 2023), menjadikan segmen ini penting untuk dikaji secara khusus, khususnya pada destinasi wisata budaya seperti Tirta Gangga.

Sebagai daya tarik wisata, Tirta Gangga menawarkan beragam elemen yang membentuk pengalaman wisata secara menyeluruh. Kompleks seluas sekitar 1,2 hektare ini terdiri atas kolam-kolam air dengan batu pijakan ikonik, patung-patung yang menghiasi taman, serta Museum Astagangga yang menyimpan koleksi foto dan artefak sejarah Kerajaan Karangasem. Keberadaan warung dan restoran di sekitar kolam turut menambah kenyamanan wisatawan untuk berlama-lama menikmati suasana. Kombinasi antara nilai sejarah, keindahan arsitektur, dan fasilitas pendukung ini menjadikan Tirta Gangga sebagai destinasi yang relevan untuk dikaji dalam konteks pengalaman wisata multidimensi, sebagaimana dikonsepsikan oleh Pine dan Gilmore (1998) melalui *experience economy*. Namun demikian, sejauh penelusuran peneliti, belum ditemukan penelitian akademis yang secara khusus mengukur pengaruh pengalaman wisata terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Tirta Gangga menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis Teori S-O-R, sehingga penelitian ini memiliki unsur kebaruan (*novelty*) baik dari sisi lokus penelitian maupun pendekatan teoretis yang digunakan.

Berdasarkan latar belakang dan kajian konsep tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan pengalaman wisata yang dirasakan wisatawan nusantara di Tirta Gangga; (2) mengetahui tingkat kepuasan wisatawan nusantara di Tirta Gangga; dan (3) menganalisis pengaruh pengalaman wisata terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Tirta Gangga, Karangasem. Adapun hipotesis yang diajukan adalah H0: pengalaman wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Tirta Gangga, dan H1: pengalaman wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Tirta Gangga. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola destinasi dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisata, bagi pemerintah daerah dalam menyusun kebijakan pariwisata yang berorientasi pada kepuasan wisatawan, serta bagi pengembangan kajian akademis mengenai perilaku wisatawan domestik pada destinasi wisata budaya di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan dilaksanakan di destinasi wisata Tirta Gangga, Desa Ababi, Kecamatan Abang, Kabupaten Karangasem. Penelitian melibatkan dua variabel, yaitu pengalaman wisata (X) sebagai variabel independen (*stimulus*) dan kepuasan wisatawan (Y) sebagai variabel dependen (*respons*), berdasarkan Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) dari Mehrabian dan Russell (1974). Variabel pengalaman wisata diukur melalui empat sub-variabel yang diturunkan dari penggabungan teori Kim, Ritchie, dan McCormick (2012), Pine dan Gilmore (1998), serta Chen dan Rahman (2018), yaitu: (1) estetika dan daya tarik budaya, (2) pengalaman budaya dan edukasi, (3) pengalaman emosional, dan (4) relaksasi dan kenyamanan. Variabel kepuasan wisatawan diukur melalui empat indikator yang diadaptasi dari Kotler dan Keller (2016) serta Chen dan Tsai (2007), yaitu: (1) kesesuaian harapan, (2) kepuasan keseluruhan, (3) niat berkunjung kembali, dan (4) kesediaan merekomendasikan. Seluruh indikator diukur menggunakan Skala Likert 1-5.

Populasi penelitian adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Tirta Gangga. Berdasarkan data Disbudpar Karangasem, proporsi wisatawan domestik terhadap total kunjungan Karangasem sepanjang tahun 2025 tercatat 19,64%, sehingga estimasi jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Tirta Gangga pada periode tersebut adalah sekitar 81.457 orang. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%, menghasilkan ukuran sampel sebesar 99,88 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan kriteria purposif, yaitu wisatawan nusantara yang sedang berkunjung, berusia minimal 18 tahun, bersedia mengisi kuesioner, dan telah menikmati sebagian atau seluruh area wisata. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar secara langsung kepada responden di lokasi penelitian.

Definisi operasional variabel disusun agar variabel penelitian dapat diukur secara konsisten (Creswell, 2014). Tabel 1 menyajikan ringkasan variabel, dimensi, dan sumber teori yang digunakan dalam penyusunan indikator penelitian.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi/Sub-variabel	Sumber Teori
Pengalaman Wisata (X) - Stimulus	X1. Estetika dan Daya Tarik Budaya	Pine & Gilmore (1998)
	X2. Pengalaman Budaya dan Edukasi	Kim, Ritchie & McCormick (2012)
	X3. Pengalaman Emosional	Kim, Ritchie & McCormick (2012)
	X4. Relaksasi dan Kenyamanan	Chen & Rahman (2018)
Kepuasan Wisatawan (Y) - Response	Y1. Kesesuaian Harapan	Kotler & Keller (2016)
	Y2. Kepuasan Keseluruhan	Kotler & Keller (2016)
	Y3. Niat Berkunjung Kembali	Chen & Tsai (2007)
	Y4. Kesiediaan Merekomendasikan	Chen & Tsai (2007)

Sumber: Diolah oleh peneliti berdasarkan tinjauan teori, 2026

Jenis data yang digunakan meliputi data primer, yaitu jawaban kuesioner dari 100 responden wisatawan nusantara, serta data sekunder berupa data kunjungan wisatawan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karangasem dan dokumen pendukung lainnya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara, yaitu: (1) observasi langsung terhadap kondisi fisik dan aktivitas wisatawan di kawasan Tirta Gangga; (2) wawancara dengan pihak pengelola destinasi untuk memperoleh gambaran umum lokasi penelitian; dan (3) kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada wisatawan nusantara yang memenuhi kriteria sampel, menggunakan Skala Likert 1-5 (1 = sangat tidak setuju/sangat tidak puas hingga 5 = sangat setuju/sangat puas).

Kuesioner penelitian terdiri atas tiga bagian utama. Bagian pertama memuat data demografi responden, meliputi jenis kelamin, usia, daerah asal, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan. Bagian kedua memuat 16 item pernyataan mengenai variabel pengalaman wisata (X), yang terbagi ke dalam empat item

untuk setiap sub-variabel (X1 hingga X4). Bagian ketiga memuat 16 item pernyataan mengenai variabel kepuasan wisatawan (Y), yang juga terbagi ke dalam empat item untuk setiap indikator (Y1 hingga Y4). Setiap item pernyataan disusun berdasarkan indikator yang telah dijabarkan pada Tabel 1 dan telah melalui proses penyesuaian bahasa (bahasa Indonesia yang mudah dipahami oleh wisatawan awam) sebelum disebarkan kepada responden.

Penelitian ini memperhatikan aspek etika penelitian dengan menerapkan prinsip kesukarelaan (voluntary participation), di mana responden diberikan penjelasan singkat mengenai tujuan penelitian sebelum mengisi kuesioner dan berhak menolak atau menghentikan pengisian kapan saja tanpa konsekuensi apa pun. Kerahasiaan identitas responden dijaga dengan tidak mencantumkan nama pada lembar kuesioner, dan seluruh data yang terkumpul hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian ini. Sebelum uji regresi, dilakukan pula pemeriksaan data pencilan (outlier) menggunakan boxplot terhadap skor total masing-masing variabel, dan tidak ditemukan nilai ekstrem yang perlu dikeluarkan dari analisis.

Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan untuk analisis lebih lanjut. Uji validitas menggunakan kriteria r hitung $> r$ tabel ($df = n - 2 = 98$, $\alpha = 0,05$, r tabel = 0,1966), sedangkan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan nilai ambang $> 0,60$ (Sugiyono, 2016). Analisis data dilakukan melalui dua tahap, yaitu analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta persepsi wisatawan terhadap variabel X dan Y, dan analisis regresi linier sederhana ($Y = a + bX$) untuk menguji pengaruh pengalaman wisata terhadap kepuasan wisatawan. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas residual menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk. Pengujian hipotesis menggunakan uji t pada taraf signifikansi 0,05, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel X terhadap variabel Y. Seluruh analisis data diolah menggunakan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden wisatawan nusantara yang berkunjung ke Tirta

Gangga, dipilih melalui accidental sampling dengan kriteria purposif. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, daerah asal, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Wisatawan Nusantara

Kategori	Kelompok	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	52	52,0
	Laki-laki	48	48,0
Usia	21-30 tahun	61	61,0
	31-40 tahun	25	25,0
	Lainnya	14	14,0
Daerah Asal	Pulau Jawa	57	57,0
	Nusa Tenggara	16	16,0
	Sumatera	10	10,0
	Sulawesi	9	9,0
	Kalimantan	8	8,0
Pekerjaan	Pegawai Swasta	49	49,0
	Wirausaha	20	20,0
	Pelajar/Mahasiswa	16	16,0
	Lainnya	11	11,0
	Pegawai Negeri	4	4,0
Frekuensi Kunjungan	Pertama kali	80	80,0
	Sudah pernah sebelumnya	20	20,0

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden perempuan sedikit lebih dominan (52,0%) dibandingkan laki-laki (48,0%), menunjukkan daya tarik Tirta Gangga yang merata bagi kedua kelompok gender. Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada kelompok 21-30 tahun (61,0%), mengindikasikan dominasi wisatawan generasi milenial dan Gen Z yang cenderung aktif mencari destinasi untuk berswafoto dan berbagi pengalaman melalui media sosial. Berdasarkan daerah asal, sebagian besar wisatawan berasal dari Pulau Jawa (57,0%), didukung tingginya volume transportasi antara Jawa dan Bali,

sementara kehadiran wisatawan dari Nusa Tenggara, Sumatera, Sulawesi, dan Kalimantan menunjukkan Tirta Gangga telah dikenal luas secara nasional. Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden adalah pegawai swasta (49,0%), diikuti wirausaha (20,0%) dan pelajar/mahasiswa (16,0%), mengindikasikan wisatawan dengan penghasilan tetap dan waktu luang yang fleksibel. Berdasarkan frekuensi kunjungan, sebagian besar responden (80,0%) merupakan wisatawan yang baru pertama kali berkunjung, sedangkan 20,0% telah berkunjung sebelumnya, menjadi indikator awal loyalitas wisatawan terhadap destinasi.

Dominasi responden usia 21-30 tahun yang berasal dari Pulau Jawa dan bekerja sebagai pegawai swasta memiliki relevansi dengan pola pengalaman wisata yang ditemukan pada bagian berikutnya. Generasi muda umumnya lebih sensitif terhadap nilai estetika dan daya tarik visual suatu destinasi karena kebiasaan berbagi pengalaman di media sosial, sehingga wajar apabila sub-variabel estetika dan daya tarik budaya (X1) memperoleh penilaian tertinggi di antara seluruh sub-variabel pengalaman wisata. Di sisi lain, tingginya proporsi wisatawan yang baru pertama kali berkunjung (80,0%) turut menjelaskan mengapa indikator niat berkunjung kembali (Y3) dan kesediaan merekomendasikan (Y4) berada pada nilai yang relatif lebih konservatif dibandingkan indikator lain, karena wisatawan baru cenderung membutuhkan lebih dari satu kali kunjungan sebelum membentuk komitmen loyalitas yang kuat terhadap suatu destinasi.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, dengan kriteria r hitung $> r$ tabel ($df = n-2 = 98$, $\alpha = 0,05$, r tabel = 0,1966). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel pengalaman wisata (X) memiliki nilai r hitung berkisar antara 0,534 hingga 0,698, dan seluruh item pada variabel kepuasan wisatawan (Y) juga memiliki nilai r hitung di atas r tabel, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha menunjukkan nilai di atas 0,60 untuk kedua variabel, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Deskripsi Variabel Pengalaman Wisata (X)

Variabel pengalaman wisata diukur melalui empat sub-variabel, yaitu estetika dan daya tarik budaya (X1), pengalaman budaya dan edukasi (X2), pengalaman emosional (X3), dan relaksasi serta kenyamanan (X4), dengan kriteria penilaian: 1,00-1,80 (sangat tidak setuju), 1,81-2,60 (tidak setuju), 2,61-3,40 (cukup setuju), 3,41-4,20 (setuju), dan 4,21-5,00 (sangat setuju).

Tabel 3. Deskripsi Sub-variabel Estetika dan Daya Tarik Budaya (X1)

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Keindahan taman air di Tirta Gangga sangat memukau secara visual	4,55	Sangat Setuju
2	Arsitektur tradisional Bali di Tirta Gangga terlihat unik dan menarik	4,49	Sangat Setuju
3	Tata ruang dan desain kawasan memberikan daya tarik visual yang estetik	4,50	Sangat Setuju
4	Nuansa dan suasana lingkungan menciptakan keindahan yang menyeluruh	4,39	Sangat Setuju
Rata-rata Sub-variabel X1		4,48	Sangat Setuju

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 3 menunjukkan seluruh item pada sub-variabel estetika dan daya tarik budaya berada pada kategori sangat setuju, dengan rata-rata 4,48. Nilai tertinggi terdapat pada keindahan visual taman air (4,55), sedangkan nilai terendah pada nuansa lingkungan (4,39), menegaskan bahwa keindahan visual dan arsitektur tradisional Bali merupakan daya tarik estetika utama yang dipersepsikan sangat kuat oleh wisatawan nusantara.

Tabel 4. Deskripsi Sub-variabel Pengalaman Budaya dan Edukasi (X2)

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
5	Memperoleh pengetahuan tentang sejarah Tirta Gangga sebagai peninggalan Kerajaan Karangasem	4,27	Sangat Setuju
6	Memahami nilai-nilai budaya Bali melalui kunjungan ke Tirta Gangga	4,22	Sangat Setuju

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
7	Mengenal keunikan budaya lokal masyarakat sekitar Tirta Gangga	4,19	Setuju
8	Kunjungan menambah wawasan mengenai nilai sejarah dan budaya Karangasem	4,22	Sangat Setuju
Rata-rata Sub-variabel X2		4,22	Sangat Setuju

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 4 menunjukkan rata-rata sub-variabel pengalaman budaya dan edukasi sebesar 4,22 pada kategori sangat setuju. Item tertinggi adalah pengetahuan mengenai sejarah Tirta Gangga sebagai peninggalan Kerajaan Karangasem (4,27), sedangkan item terendah adalah pengenalan keunikan budaya lokal (4,19), mengindikasikan aspek pengenalan budaya masyarakat sekitar masih dapat ditingkatkan melalui interpretasi wisata yang lebih interaktif.

Tabel 5. Deskripsi Sub-variabel Pengalaman Emosional (X3)

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
9	Merasa senang dan bahagia selama berada di kawasan Tirta Gangga	4,19	Setuju
10	Merasa antusias dan bersemangat saat menjelajahi setiap sudut kawasan	4,18	Setuju
11	Memperoleh pengalaman yang berkesan dan bermakna mendalam	4,17	Setuju
12	Kunjungan membangkitkan rasa ingin tahu terhadap budaya dan sejarah Bali	4,14	Setuju
Rata-rata Sub-variabel X3		4,17	Setuju

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 5 menunjukkan rata-rata sub-variabel pengalaman emosional sebesar 4,17 pada kategori setuju, dengan respons yang tergolong positif dan stabil pada seluruh item, menunjukkan bahwa kunjungan ke Tirta Gangga secara konsisten mampu menciptakan perasaan senang dan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan nusantara.

Tabel 6. Deskripsi Sub-variabel Relaksasi dan Kenyamanan (X4)

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
13	Merasakan ketenangan jiwa dan kedamaian selama berada di Tirta Gangga	4,16	Setuju
14	Suasana Tirta Gangga membuat merasa rileks dan terbebas dari tekanan	4,14	Setuju
15	Kunjungan membantu melepaskan diri dari kejenuhan aktivitas sehari-hari	4,13	Setuju
16	Fasilitas dan kondisi lingkungan memberikan kenyamanan yang optimal	4,19	Setuju
Rata-rata Sub-variabel X4		4,16	Setuju

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 6 menunjukkan rata-rata sub-variabel relaksasi dan kenyamanan sebesar 4,16 pada kategori setuju. Item tertinggi adalah kenyamanan fasilitas dan lingkungan (4,19), sedangkan item terendah adalah pelepasan diri dari kejenuhan aktivitas sehari-hari (4,13), mengindikasikan adanya ruang perbaikan pada aspek kenyamanan fasilitas pendukung relaksasi dibandingkan sub-variabel estetika.

Tabel 7. Rekapitulasi Deskripsi Variabel Pengalaman Wisata (X)

No.	Sub-variabel	Rata-rata	Kategori
1	Estetika dan Daya Tarik Budaya (X1)	4,48	Sangat Setuju
2	Pengalaman Budaya dan Edukasi (X2)	4,22	Sangat Setuju
3	Pengalaman Emosional (X3)	4,17	Setuju
4	Relaksasi dan Kenyamanan (X4)	4,16	Setuju
Rata-rata Keseluruhan		4,26	Sangat Setuju

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 7 merekapitulasi keseluruhan sub-variabel pengalaman wisata dengan rata-rata keseluruhan 4,26 pada kategori sangat setuju. Sub-variabel estetika dan daya tarik budaya (X1) memperoleh penilaian tertinggi (4,48), sejalan

dengan konsep experience economy dari Pine dan Gilmore (1998) yang menempatkan pengalaman estetika sebagai salah satu dari empat ranah pengalaman wisata (4E: entertainment, education, escapism, esthetic). Keindahan visual taman air, arsitektur tradisional Bali, dan tata ruang yang estetik terbukti menjadi kekuatan utama Tirta Gangga. Sub-variabel pengalaman budaya dan edukasi (X2) juga memperoleh nilai tinggi (4,22), mendukung konsep memorable tourism experience dari Kim, Ritchie, dan McCormick (2012). Sebaliknya, sub-variabel relaksasi dan kenyamanan (X4) memperoleh penilaian terendah (4,16), meskipun tetap berada pada kategori setuju, sejalan dengan temuan Mehmetoglu (2012) bahwa kualitas pengalaman pada atraksi alami sangat dipengaruhi oleh kenyamanan fasilitas pendukung di lokasi wisata.

Deskripsi Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

Variabel kepuasan wisatawan diukur melalui empat indikator, yaitu kesesuaian harapan (Y1), kepuasan keseluruhan (Y2), niat berkunjung kembali (Y3), dan kesediaan merekomendasikan (Y4), menggunakan kriteria penilaian yang sama dengan variabel X.

Tabel 8. Deskripsi Indikator Kesesuaian Harapan (Y1)

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Pengalaman wisata di Tirta Gangga sesuai dengan harapan sebelum berkunjung	4,12	Setuju
2	Fasilitas dan layanan yang tersedia sesuai dengan harapan	4,21	Sangat Setuju
3	Promosi/informasi yang dilihat sebelumnya sesuai dengan kondisi nyata di lapangan	4,17	Setuju
4	Tirta Gangga memberikan pengalaman yang melebihi ekspektasi	4,15	Setuju
Rata-rata Indikator Y1		4,16	Setuju

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 8 menunjukkan rata-rata indikator kesesuaian harapan sebesar 4,16 pada kategori setuju, dengan nilai tertinggi pada kesesuaian fasilitas dan layanan (4,21), menunjukkan bahwa secara umum wisatawan merasa nilai yang diperoleh sebanding dengan biaya, waktu, dan tenaga yang dikeluarkan.

Tabel 9. Deskripsi Indikator Kepuasan Keseluruhan (Y2)

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
5	Merasa puas terhadap keseluruhan pengalaman wisata yang diperoleh	4,15	Setuju
6	Merasa puas terhadap kunjungan sebagai destinasi wisata budaya	4,17	Setuju
7	Merasa puas terhadap kualitas atraksi, fasilitas, dan suasana secara menyeluruh	4,13	Setuju
8	Merasa senang dengan keputusan untuk berkunjung ke Tirta Gangga	4,13	Setuju
Rata-rata Indikator Y2		4,14	Setuju

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 9 menunjukkan rata-rata indikator kepuasan keseluruhan sebesar 4,14 pada kategori setuju, dengan sebaran nilai yang relatif merata pada seluruh item, menunjukkan tingkat kepuasan wisatawan nusantara terhadap kunjungan ke Tirta Gangga tergolong tinggi dan konsisten.

Tabel 10. Deskripsi Indikator Niat Berkunjung Kembali (Y3)

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
9	Memiliki keinginan untuk kembali berkunjung di masa mendatang	4,08	Setuju
10	Mempertimbangkan Tirta Gangga sebagai destinasi prioritas berikutnya	4,07	Setuju
11	Akan mengajak keluarga atau teman untuk mengunjungi Tirta Gangga	4,11	Setuju
12	Tirta Gangga adalah destinasi yang akan direkomendasikan sebagai tujuan kunjungan ulang	4,09	Setuju
Rata-rata Indikator Y3		4,09	Setuju

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 10 menunjukkan rata-rata indikator niat berkunjung kembali sebesar 4,09 pada kategori setuju, dengan nilai tertinggi pada

keinginan mengajak keluarga atau teman berkunjung kembali (4,11), sejalan dengan temuan bahwa 20,0% responden merupakan wisatawan ulangan.

Tabel 11. Deskripsi Indikator Kesiediaan Merekomendasikan (Y4)

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
13	Bersedia merekomendasikan Tirta Gangga kepada keluarga atau teman	4,10	Setuju
14	Bersedia memberikan ulasan positif mengenai Tirta Gangga kepada orang lain	4,09	Setuju
15	Akan menceritakan pengalaman positif kepada orang-orang di sekitar	4,07	Setuju
16	Akan aktif mempromosikan Tirta Gangga sebagai destinasi yang layak dikunjungi	4,04	Setuju
Rata-rata Indikator Y4		4,08	Setuju

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 11 menunjukkan rata-rata indikator kesiediaan merekomendasikan sebesar 4,08 pada kategori setuju, dengan wisatawan lebih condong merekomendasikan secara personal (word of mouth) dibandingkan melakukan promosi aktif secara terbuka.

Tabel 12. Rekapitulasi Deskripsi Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

No.	Indikator	Rata-rata	Kategori
1	Kesesuaian Harapan (Y1)	4,16	Setuju
2	Kepuasan Keseluruhan (Y2)	4,14	Setuju
3	Niat Berkunjung Kembali (Y3)	4,09	Setuju
4	Kesiediaan Merekomendasikan (Y4)	4,08	Setuju
Rata-rata Keseluruhan		4,12	Setuju

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 12 merekapitulasi keseluruhan indikator kepuasan wisatawan dengan rata-rata keseluruhan 4,12 pada kategori setuju/puas. Indikator kesesuaian harapan (Y1) memperoleh

penilaian tertinggi (4,16), sejalan dengan teori kepuasan pelanggan dari Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari perbandingan antara kinerja yang dirasakan dan harapan konsumen. Sebaliknya, indikator kesediaan merekomendasikan (Y4) memperoleh nilai terendah (4,08), konsisten dengan teori destination image dari Chen dan Tsai (2007) yang menjelaskan bahwa niat perilaku pasca-kunjungan umumnya terbentuk setelah kepuasan keseluruhan tercapai, sehingga nilainya cenderung lebih konservatif. Meskipun demikian, nilai rata-rata di atas 4,00 pada seluruh indikator menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kunjungan ke Tirta Gangga.

Uji Asumsi Klasik dan Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji normalitas terhadap residual model regresi menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk menghasilkan nilai signifikansi masing-masing $<0,001$, yang menunjukkan residual tidak sepenuhnya berdistribusi normal secara ketat, sejalan dengan kecenderungan jawaban responden yang terkonsentrasi pada skor tinggi (left-skewed). Namun demikian, mengacu pada Dalil Limit Pusat (Central Limit Theorem), pada ukuran sampel yang cukup besar ($n = 100 > 30$) distribusi sampling koefisien regresi tetap mendekati normal sehingga uji t dan uji F secara umum masih dapat digunakan secara robust (Gujarati & Porter, 2009; Ghozali, 2018). Kondisi ini menjadi salah satu keterbatasan penelitian yang perlu diungkapkan secara jujur, dan bagi penelitian selanjutnya disarankan mempertimbangkan transformasi data atau pendekatan statistik non-parametrik apabila diperlukan.

Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana dan Koefisien Determinasi

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	38,400	4,907	-	7,825	0,000
Pengalaman Wisata (X)	0,430	0,077	0,493	5,615	0,000

$R = 0,493$; $R Square = 0,243$; $Adjusted R Square = 0,236$; $Std. Error of the Estimate = 3,625$. Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 13, diperoleh persamaan regresi $Y = 38,400 + 0,430X$. Nilai konstanta 38,400 menunjukkan bahwa apabila pengalaman wisata (X) bernilai 0, kepuasan wisatawan (Y) diprediksi sebesar 38,400. Koefisien regresi X sebesar 0,430 bernilai positif, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada pengalaman wisata akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,430 satuan. Nilai t hitung sebesar 5,615 lebih besar dari t tabel ($df = 98$, $\alpha = 0,05$) sebesar 1,984, dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima: pengalaman wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Tirta Gangga. Nilai $R Square$ sebesar 0,243 menunjukkan bahwa pengalaman wisata mampu menjelaskan 24,3% variasi kepuasan wisatawan, sedangkan 75,7% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model, seperti kualitas pelayanan, harga tiket, aksesibilitas, dan promosi. Merujuk pada pedoman Cohen (1988), nilai $R Square$ ini tergolong dalam kategori sedang (moderate effect).

Pembahasan

Temuan penelitian ini dapat dijelaskan melalui Teori Stimulus-Organism-Response (S-

O-R) yang dikembangkan oleh Mehrabian dan Russell (1974), di mana stimulus lingkungan wisata berupa pengalaman estetika, edukasi budaya, emosional, dan relaksasi di Tirta Gangga diproses oleh wisatawan sebagai organism secara kognitif dan afektif, sehingga menghasilkan respons berupa kepuasan wisatawan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Xu, Zhang, dan Tian (2022) yang juga menerapkan model S-O-R dan menemukan pengaruh positif pengalaman wisata terhadap kepuasan. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Lestari (2021) di Desa Wisata Penglipuran serta Wibawa (2022) di Ubud Monkey Forest, yang sama-sama menegaskan peran penting pengalaman wisata dalam membentuk kepuasan wisatawan pada destinasi budaya di Bali.

Nilai $R Square$ yang tergolong sedang (24,3%) mengindikasikan bahwa kepuasan wisatawan di Tirta Gangga tidak semata-mata ditentukan oleh pengalaman wisata, melainkan turut dipengaruhi faktor lain di luar model, seperti kualitas pelayanan, harga, dan aksesibilitas. Implikasi manajerial dari temuan ini bagi pengelola Tirta Gangga adalah perlunya penguatan pada aspek relaksasi dan kenyamanan

(X4) yang memperoleh nilai terendah, misalnya melalui penambahan area istirahat, perbaikan sirkulasi pengunjung, serta peningkatan kebersihan fasilitas umum. Selain itu, mengingat nilai indikator niat berkunjung kembali (Y3) dan kesediaan merekomendasikan (Y4) yang relatif lebih rendah, pengelola perlu mengembangkan program yang mendorong kunjungan ulang dan word of mouth melalui peningkatan kualitas pelayanan dan interaksi yang lebih personal dengan wisatawan.

Apabila ditelaah lebih lanjut, pola hubungan antar sub-variabel pengalaman wisata dengan indikator kepuasan menunjukkan keselarasan yang menarik. Sub-variabel estetika dan daya tarik budaya (X1) yang memperoleh penilaian tertinggi (4,48) sejalan dengan indikator kesesuaian harapan (Y1) yang juga memperoleh nilai tertinggi pada variabel kepuasan (4,16), mengindikasikan bahwa keindahan visual dan arsitektur Tirta Gangga menjadi faktor utama yang membentuk ekspektasi sekaligus kepuasan wisatawan sejak awal kunjungan. Sebaliknya, sub-variabel relaksasi dan kenyamanan (X4) yang memperoleh nilai terendah pada variabel pengalaman wisata (4,16) sejalan dengan rendahnya indikator kesediaan merekomendasikan (Y4) pada variabel kepuasan (4,08), yang mengindikasikan bahwa kenyamanan fasilitas fisik turut memengaruhi kesediaan wisatawan untuk melakukan promosi dari mulut ke mulut. Temuan ini memperkuat argumen Pine dan Gilmore (1998) bahwa pengalaman multidimensi—mencakup aspek estetika, edukasi, hiburan, dan pelarian dari rutinitas—perlu dikelola secara seimbang agar mampu menghasilkan kepuasan yang optimal, bukan hanya berfokus pada satu dimensi pengalaman saja.

Dibandingkan dengan penelitian Antari dan Pradnyawati (2021) di Garuda Wisnu Kencana yang menyoroti pengaruh desain ruang terhadap kepuasan wisatawan, dan penelitian Suryana dan Paramartha (2022) di Taman Nusa Gianyar yang menekankan atmosfer destinasi, penelitian ini melengkapi kajian tersebut dengan menunjukkan bahwa pada destinasi wisata sejarah seperti Tirta Gangga, dimensi budaya dan edukasi turut berperan penting berdampingan dengan aspek estetika, sejalan dengan karakteristik Tirta Gangga sebagai peninggalan kerajaan yang sarat nilai historis. Perbedaan konteks destinasi ini menegaskan pentingnya penyesuaian strategi pengelolaan pengalaman wisata berdasarkan karakteristik dan nilai unik masing-masing destinasi, alih-alih menerapkan pendekatan yang seragam pada seluruh jenis atraksi wisata budaya.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil. Pertama, penggunaan teknik accidental sampling menyebabkan hasil penelitian tidak sepenuhnya dapat digeneralisasi terhadap seluruh populasi wisatawan nusantara di Tirta Gangga. Kedua, residual model regresi tidak sepenuhnya memenuhi asumsi normalitas secara ketat, meskipun secara statistik masih dapat diandalkan berdasarkan Dalil Limit Pusat pada ukuran sampel yang cukup besar. Ketiga, penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen sehingga variasi kepuasan wisatawan yang mampu dijelaskan relatif terbatas (24,3%), sementara mayoritas variasi lainnya (75,7%) dijelaskan oleh faktor-faktor di luar model yang tidak diukur dalam penelitian ini. Keterbatasan ini menjadi dasar rekomendasi bagi penelitian selanjutnya sebagaimana diuraikan pada bagian saran.



Gambar 2. Kerangka Konseptual Penelitian

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa: (1) pengalaman wisata yang dirasakan wisatawan nusantara di Tirta Gangga berada pada kategori sangat setuju dengan rata-rata 4,26, dengan estetika dan daya tarik budaya sebagai sub-variabel dengan penilaian tertinggi dan relaksasi-kenyamanan sebagai penilaian terendah; (2) tingkat kepuasan wisatawan nusantara berada pada kategori setuju/puas dengan rata-rata 4,12, dengan kesesuaian harapan sebagai indikator tertinggi dan kesediaan merekomendasikan sebagai indikator terendah; dan (3) pengalaman wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Tirta Gangga, dengan persamaan regresi $Y = 38,400 + 0,430X$, t hitung 5,615 ($> t$ tabel 1,984), signifikansi 0,000 ($< 0,05$), dan R Square sebesar 0,243.

Saran

Bagi pengelola Tirta Gangga, disarankan untuk meningkatkan kenyamanan fasilitas pendukung seperti area istirahat, kebersihan toilet, dan pengaturan alur kunjungan pada titik foto ikonik; mempertahankan dan mempromosikan daya tarik estetika dan atraksi edukatif seperti Museum Astagangga; mengembangkan program yang mendorong kunjungan ulang, misalnya paket kunjungan berulang atau program keanggotaan; serta memperhatikan faktor lain di luar pengalaman wisata, seperti transparansi harga tiket dan kemudahan akses informasi. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, harga, dan citra destinasi guna memperoleh model dengan daya jelas yang lebih tinggi; memperluas sampel dengan teknik probability sampling; serta mempertimbangkan variabel kepuasan sebagai variabel intervening terhadap loyalitas atau niat kunjungan ulang, dan pengambilan data pada periode high season maupun low season untuk gambaran yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ni Made Sofia Wijaya, SST.Par., M.Par., Ph.D. dan Ni Gusti Ayu Susrami Dewi,

SST.Par., M.Par. selaku dosen pembimbing atas arahan dan masukan selama proses penelitian dan penulisan artikel ini; kepada Program Studi Sarjana Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana atas dukungan fasilitas akademik; serta kepada pengelola dan seluruh responden wisatawan nusantara di Tirta Gangga yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Referensi

- Antari, L.P.S. dan Pradnyawati, N.M.M. 2021. Desain Ruang dan Pengalaman Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Garuda Wisnu Kencana. *Jurnal Pariwisata Bali*.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2024. *Statistik Wisatawan Nusantara 2024*. Badan Pusat Statistik: Jakarta.
- Bali Holiday Secrets. 2026. Tirta Gangga Water Palace. (Online). (<https://www.baliholidaysecrets.com/tirta-gangga>, diakses 10 Maret 2026).
- Chen, H. dan Rahman, I. 2018. Cultural Tourism: An Analysis of Engagement, Cultural Contact, Memorable Tourism Experience and Destination Loyalty. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 26, pp. 153-163.
- Chen, C.-F. dan Tsai, D. 2007. Destination Image and Tourist Satisfaction. *Journal of Business Research*, Vol. 60, No. 6, pp. 638-645.
- Cohen, J. 1988. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2nd Edition. Lawrence Erlbaum Associates: Hillsdale, NJ.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. dan Wanhill, S. 2008. *Tourism: Principles and Practice*. 4th Edition. Pearson Education: Harlow.
- Creswell, J.W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th Edition. Sage Publications: Thousand Oaks.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9.

- Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gujarati, D.N. dan Porter, D.C. 2009. *Basic Econometrics*. 5th Edition. McGraw-Hill: New York.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). 2023. *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023*. Kemenparekraf: Jakarta.
- Kim, J.H., Ritchie, J.R.B. dan McCormick, B. 2012. Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, Vol. 51, No. 1, pp. 12-25.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson: New Jersey.
- Lestari, D. 2021. Pengaruh Pengalaman Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Desa Wisata Penglipuran. *Jurnal Pariwisata Udayana*. (<https://sinta.kemdikbud.go.id/journals>, diakses 20 Februari 2025).
- Mehmetoglu, M. 2012. Experiential Quality and Tourist Satisfaction in Natural Attractions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 12, No. 3, pp. 239-257.
- Mehrabian, A. dan Russell, J.A. 1974. *An Approach to Environmental Psychology*. MIT Press: Cambridge.
- Neuman, W.L. 2014. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. 7th Edition. Pearson: Boston.
- Pine, B.J. dan Gilmore, J.H. 1998. Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, Vol. 76, No. 4, pp. 97-105.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Suryana, I.K. dan Paramartha, I.G.N. 2022. Atmosfer Destinasi dan Pengalaman Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Nusa Gianyar. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*. (<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JHP>, diakses 1 Maret 2025).
- Suvena, I.K. dan Widyatmaja, I.G.N. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan: Denpasar.
- Tripadvisor. 2026. Tirta Gangga Water Palace - Ulasan Wisatawan. (Online). (https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-Tirta_Gangga, diakses 10 Maret 2026).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Lembaran Negara RI Tahun 2009. Jakarta.
- Wibawa, I.K.A. 2022. Pengalaman Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Ubud Monkey Forest. *Jurnal Pariwisata Ubud*. (<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jpu>, diakses 28 Februari 2025).
- Xu, H., Zhang, K. dan Tian, L. 2022. The Influence of Tourism Experience on Tourist Satisfaction: An Application of the Stimulus-Organism-Response Model. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, Vol. 46, No. 3, pp. 512-534.
- Yoeti, O.A. 2003. *Tours and Travel Marketing*. Pradnya Paramita: Jakarta.