

Pengaruh Aktivitas Wisata Alam, Pelayanan, dan Harga Paket Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Jawa Timur

Ramdhan Kurniawan¹, Dewi Endah Fajariana², Rival Pahrijal³

¹ Universitas Terbuka dan ramdhan-kurniawan@ecampus.ut.ac.id

² Sekolah Tinggi Penerbangan Aviiasi Jakarta dan dewiendah.stiekridatama@gmail.com

³ Universitas Nusa Putra dan rival.pahrijal_mn21@nusaputra.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menyelidiki dampak dari kegiatan wisata alam, layanan, dan harga paket wisata terhadap kepuasan wisatawan di Jawa Timur, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS 3) untuk analisis data, data dikumpulkan dari 130 wisatawan dengan menggunakan skala Likert mulai dari 1 hingga 5. Hasilnya menunjukkan bahwa semua hipotesis yang diuji adalah positif dan signifikan. Kegiatan wisata alam, layanan, dan harga paket wisata secara substansial meningkatkan kepuasan wisatawan. Temuan ini menyoroti peran penting dari kegiatan yang menarik, layanan berkualitas tinggi, dan harga yang wajar dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Studi ini memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan pariwisata untuk meningkatkan strategi dan meningkatkan pengalaman wisatawan, sehingga mendorong pengembangan pariwisata berkelanjutan di Jawa Timur.

Kata Kunci: Wisata Alam, Kepuasan Wisatawan, Kualitas Layanan, Harga Paket Wisata

ABSTRACT

This study investigates the impact of nature tourism activities, services, and tour package prices on tourist satisfaction in East Java, utilizing a quantitative approach. Employing Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS 3) for data analysis, data was collected from 130 tourists using a Likert scale ranging from 1 to 5. The results reveal that all tested hypotheses are positive and significant. Nature tourism activities, services, and tour package prices substantially enhance tourist satisfaction. These findings highlight the critical role of engaging activities, high-quality services, and reasonable pricing in promoting tourist satisfaction. The study provides valuable insights for tourism stakeholders to enhance strategies and improve tourist experiences, thereby fostering sustainable tourism development in East Java.

Keywords: Nature Tourism, Tourist Satisfaction, Service Quality, Tour Package Price

PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis alam (NBT) telah muncul sebagai komponen penting dalam industri pariwisata, menawarkan pengalaman unik sekaligus mempromosikan konservasi lingkungan dan pembangunan berkelanjutan (Fossgard & Fredman, 2019; Mirzayeva, 2023). NBT tidak hanya mendekatkan wisatawan dengan alam, meningkatkan kesadaran lingkungan dan mendukung konservasi keanekaragaman hayati, tetapi juga menghasilkan manfaat ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja baru dan mendiversifikasi ekonomi lokal (Mirzayeva, 2023). Terlepas dari dampak positifnya, penting untuk diketahui bahwa pariwisata, termasuk pariwisata berbasis alam, dapat menimbulkan konsekuensi negatif terhadap lingkungan, seperti berkontribusi terhadap perubahan iklim dan hilangnya keanekaragaman hayati (Gumede et al., 2022). Oleh karena itu, menerapkan praktik pemasaran ramah lingkungan dan strategi berkelanjutan di sektor pariwisata sangat penting untuk memastikan bahwa pariwisata memberikan manfaat bagi masyarakat lokal

dan lingkungan, serta menjaga sumber daya alam dan budaya untuk generasi mendatang (Revollo-Fernández et al., 2024).

Jawa Timur, yang dikenal dengan bentang alamnya yang beragam dan warisan alamnya yang kaya, telah menjadi pusat wisata alam yang terkemuka di Indonesia, menawarkan perpaduan antara petualangan dan ketenangan bagi para pengunjungnya (Aryani & Yuniarsa, 2022; Aryaningtyas et al., 2023; Insani et al., 2024; Surya, 2024). Dengan gunung-gunung yang menakjubkan seperti Gunung Welirang, pantai-pantai yang masih asli, dan hutan yang rimbun, Jawa Timur menarik para wisatawan yang mencari peremajaan dan pengalaman yang ramah lingkungan. Praktik pariwisata berkelanjutan di wilayah ini, termasuk inisiatif kewirausahaan hijau dan proyek ekowisata, tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi tetapi juga mempromosikan konservasi lingkungan dan keterlibatan masyarakat (Aryani & Yuniarsa, 2022; Aryaningtyas et al., 2023; Surya, 2024). Dengan memanfaatkan keindahan alam dan keanekaragaman budayanya, Jawa Timur menampilkan potensi pariwisata yang berpusat pada alam dalam membentuk praktik-praktik berkelanjutan dalam industri pariwisata yang lebih luas, dengan menyoroti peran penting kerangka kerja kebijakan dan kolaborasi para pemangku kepentingan dalam memaksimalkan manfaat ekowisata (Insani et al., 2024; Surya, 2024).

Kepuasan wisatawan memainkan peran penting dalam pengembangan industri pariwisata yang berkelanjutan di Jawa Timur, yang mempengaruhi keputusan pengunjung untuk kembali dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan wisatawan termasuk motivasi pelarian, persepsi keterjangkauan, kebersihan, keamanan, fasilitas, dan atraksi (Apriliana et al., 2024; Istachyani et al., n.d.; Musa et al., 2024). Selain itu, persepsi nilai, keamanan, dan citra destinasi berdampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan di destinasi ekowisata seperti Pundi Kayu (Salim et al., 2024). Model perencanaan ekowisata berkelanjutan di Jawa Timur menekankan pentingnya aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, dengan menyoroti partisipasi masyarakat, kolaborasi pemangku kepentingan, dan integritas destinasi sebagai strategi utama untuk keberlanjutan pariwisata (Khusaini et al., 2024). Memahami dan meningkatkan elemen-elemen ini sangat penting untuk memastikan tingkat kepuasan wisatawan yang tinggi dan mendorong keberhasilan jangka panjang pariwisata alam di Jawa Timur.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan menguji dampak dari kegiatan wisata alam, layanan, dan harga paket wisata terhadap kepuasan wisatawan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana aktivitas wisata alam, kualitas layanan, dan harga paket wisata mempengaruhi kepuasan wisatawan di Jawa Timur. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana pengaruh aktivitas wisata alam terhadap kepuasan wisatawan di Jawa Timur?, (2) Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di Jawa Timur?, (3) Bagaimana pengaruh harga paket wisata terhadap kepuasan wisatawan di Jawa Timur?

LANDASAN TEORI

A. Kegiatan Wisata Alam

Wisata alam, juga dikenal sebagai ekowisata, mencakup perjalanan ke daerah-daerah alami yang memprioritaskan pelestarian lingkungan, mendukung kesejahteraan masyarakat lokal, dan menawarkan pengalaman pendidikan (Karacaoğlu, 2023). Terlibat

dalam kegiatan wisata alam seperti hiking, mengamati burung, safari margasatwa, dan olahraga petualangan tidak hanya memberikan kesempatan rekreasi tetapi juga menumbuhkan kesadaran lingkungan dan upaya konservasi (Revollo-Fernández et al., 2024). Penelitian menunjukkan bahwa berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan ini secara signifikan meningkatkan kepuasan wisatawan dengan menawarkan pengalaman yang unik dan berkesan yang berbeda dari pariwisata perkotaan dan konvensional, yang pada akhirnya berkontribusi pada keseluruhan dampak positif dari pariwisata berbasis alam pada individu dan lingkungan (Pope & Konu, 2024). Selain itu, pariwisata berbasis alam telah terbukti menghasilkan manfaat ekonomi bagi masyarakat di sekitar kawasan lindung, yang menyoroti berbagai keuntungan bagi wisatawan dan penduduk lokal (Fossgard & Fredman, 2019).

B. Layanan dalam Pariwisata

Kualitas layanan dalam industri pariwisata secara signifikan mempengaruhi pengalaman wisatawan secara keseluruhan. Model SERVQUAL, seperti yang diperkenalkan oleh [4], mengidentifikasi lima dimensi penting dari kualitas layanan: berwujud, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Dalam konteks pariwisata, dimensi-dimensi ini terwujud dalam bentuk kebersihan dan pemeliharaan fasilitas, keandalan dan efisiensi layanan, daya tanggap dan profesionalisme staf, jaminan keselamatan dan keamanan, serta empati yang ditunjukkan oleh penyedia layanan. Penelitian oleh (Saleh & Nithyanantham, 2022) menyoroti bahwa layanan berkualitas tinggi dalam pariwisata mengarah pada peningkatan kepuasan wisatawan dengan memenuhi atau melampaui harapan wisatawan, sehingga meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan. Selain itu, penelitian oleh (He & Huang, 2023) menekankan pentingnya memberikan rasa aman, informasi yang akurat, sikap layanan yang ramah, dan proses layanan yang efisien untuk mengurangi kecemasan wisatawan dan meningkatkan kepuasan dan pengalaman mereka.

C. Harga Paket Wisata

Kewajaran harga merupakan aspek penting yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan dalam industri pariwisata (Marpaung et al., 2024). Studi menekankan pentingnya harga yang adil ditambah dengan layanan berkualitas tinggi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan (Zahroh & Albari, 2024). Strategi penetapan harga yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan telah terbukti berdampak positif terhadap kepuasan wisatawan, yang berkontribusi terhadap pengalaman pariwisata secara keseluruhan (Fauzan, 2023). Oleh karena itu, strategi penetapan harga dalam pariwisata harus selaras dengan proposisi nilai yang ditawarkan kepada wisatawan, memastikan bahwa nilai yang dirasakan dari pengalaman pariwisata sesuai dengan harga yang dibayarkan. Dengan menerapkan harga yang wajar dan kompetitif untuk paket wisata, destinasi pariwisata dapat menarik beragam wisatawan,

melayani wisatawan dengan anggaran terbatas dan wisatawan yang mencari kemewahan, yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas wisatawan.

D. Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan aspek penting dalam industri pariwisata, yang berdampak pada kunjungan ulang dan rekomendasi positif dari mulut ke mulut, yang sangat penting untuk kesuksesan destinasi yang berkelanjutan (Abdilla et al., 2024; Rajan & Baskaran, 2023; SHEELA CHRISTAS, 2024; Suwitho et al., 2023). Didefinisikan sebagai respons pemenuhan terhadap fitur produk atau layanan yang memberikan kesenangan yang berhubungan dengan konsumsi, kepuasan mencerminkan kepuasan wisatawan secara keseluruhan dengan pengalaman perjalanan mereka (Minh, 2023). Studi menekankan bahwa wisatawan yang puas lebih cenderung untuk mengunjungi kembali dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain, sehingga berkontribusi secara signifikan terhadap reputasi destinasi dan keberlanjutan ekonomi (Rajan & Baskaran, 2023). Faktor-faktor seperti pengalaman perjalanan, nilai perjalanan, kepribadian destinasi, risiko yang dirasakan, dan pencarian kebaruan memainkan peran penting dalam memengaruhi kepuasan destinasi, menyoroti sifat multifaset dari kepuasan wisatawan yang mencakup berbagai dimensi seperti kualitas atraksi, layanan, akomodasi, dan nilai uang secara keseluruhan (Abdilla et al., 2024).

E. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan literatur yang ditinjau, hipotesis berikut telah dikembangkan untuk penelitian ini:

Aktivitas wisata alam memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hipotesis ini didasarkan pada pemahaman bahwa kegiatan yang menarik meningkatkan pengalaman wisata secara keseluruhan, yang mengarah ke tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Layanan berkualitas tinggi memastikan bahwa kebutuhan dan harapan wisatawan terpenuhi, sehingga meningkatkan kepuasan mereka.

Harga paket wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Harga yang wajar dan transparan berkontribusi pada nilai yang dirasakan dari pengalaman pariwisata, sehingga meningkatkan kepuasan.

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif untuk menyelidiki pengaruh kegiatan wisata alam, layanan, dan harga paket wisata terhadap kepuasan wisatawan di Jawa Timur. Pendekatan kuantitatif cocok untuk penelitian ini karena memungkinkan pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan yang dapat

digeneralisasikan. Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari wisatawan yang pernah melakukan wisata alam di Jawa Timur.

B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Jumlah sampel untuk penelitian ini adalah 130 wisatawan yang telah berpartisipasi dalam kegiatan wisata alam di Jawa Timur. Responden dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling, yang merupakan metode pengambilan sampel non-probabilitas. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memilih responden yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam kegiatan wisata alam di Jawa Timur, sehingga dapat menjamin relevansi dan keakuratan data yang dikumpulkan.

C. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang dirancang untuk menangkap persepsi responden tentang kegiatan wisata alam, layanan, harga paket wisata, dan kepuasan wisatawan secara keseluruhan. Kuesioner dibagi menjadi empat bagian:

1. Informasi Demografis: Mengumpulkan informasi dasar tentang responden seperti usia, jenis kelamin, kewarganegaraan, dan frekuensi kunjungan ke Jawa Timur.
2. Kegiatan Wisata Alam: Menilai keterlibatan responden dalam berbagai kegiatan wisata alam dan kepuasan mereka terhadap kegiatan tersebut.
3. Layanan: Mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan selama pengalaman wisata, termasuk akomodasi, transportasi, dan layanan pelanggan.
4. Harga Paket Wisata: Mengukur persepsi responden terhadap kewajaran dan nilai harga paket wisata.
5. Kepuasan Wisatawan: Menangkap kepuasan keseluruhan responden dengan pengalaman wisata alam mereka di Jawa Timur.

Setiap bagian terdiri dari beberapa item yang diukur dengan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

D. Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS 3), sebuah teknik statistik yang menggabungkan analisis faktor dan analisis regresi berganda, yang sangat berguna untuk menganalisis hubungan yang kompleks antara variabel teramati dan laten dan cocok untuk ukuran sampel kecil hingga menengah. Proses analisis melibatkan beberapa langkah utama: Spesifikasi Model, di mana model struktural dan model pengukuran didefinisikan, menentukan hubungan antara variabel laten (kegiatan wisata alam, layanan, harga paket wisata, dan kepuasan wisatawan) dan indikator teramati mereka; Persiapan Data, yang mencakup pemeriksaan data yang hilang dan memastikan data memenuhi asumsi SEM-PLS seperti normalitas, multikolinieritas, dan keandalan skala pengukuran; Evaluasi Model Pengukuran, menilai validitas dan reliabilitas melalui validitas konvergen (menggunakan Average Variance Extracted, AVE), validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit; Evaluasi Model Struktural, menguji hubungan yang dihipotesiskan dengan memeriksa koefisien jalur, nilai-t, dan nilai-p untuk menentukan signifikansinya; dan terakhir, Model Fit and Quality Indices, mengevaluasi kecocokan model secara keseluruhan dengan menggunakan indeks seperti Goodness

of Fit (GoF), Standardized Root Mean Square Residual (SRMR), dan nilai R-squared (R^2) untuk konstruk endogen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Statistik Deskriptif

Profil demografis dari 130 responden dirangkum dalam Tabel 1. Mayoritas responden berusia antara 25 hingga 34 tahun (45%), diikuti oleh mereka yang berusia antara 35 hingga 44 tahun (30%). Responden perempuan merupakan 60% dari sampel, sedangkan responden laki-laki sebanyak 40%. Sebagian besar responden adalah wisatawan domestik (70%), dengan 30% sisanya adalah wisatawan internasional. Frekuensi kunjungan ke Jawa Timur bervariasi, dengan 40% responden berkunjung untuk pertama kalinya, 35% berkunjung 2-3 kali, dan 25% berkunjung lebih dari tiga kali.

Tabel 1. Profil Demografis Responden

Demographic Variable	Category	Frequency	Percentage
Age	18-24	13	10%
	25-34	59	45%
	35-44	39	30%
	45-54	19	15%
Gender	Male	52	40%
	Female	78	60%
Nationality	Domestic	91	70%
	International	39	30%
Frequency of Visits	First time	52	40%
	2-3 times	46	35%
	More than 3 times	32	25%

B. Evaluasi Model Pengukuran

Model pengukuran dievaluasi untuk memastikan keandalan dan validitas konstruk yang digunakan dalam penelitian ini, yang meliputi Nature Tourism Activities (Aktivitas Wisata Alam), Services (Pelayanan), Tour Package Prices (Harga Paket Wisata), dan Tourist Satisfaction (Kepuasan Wisatawan). Kriteria evaluasi yang digunakan adalah factor loadings, Cronbach's alpha, composite reliability (CR), dan average variance extracted (AVE). Faktor loadings menunjukkan korelasi antara variabel yang diamati dan konstruk laten yang mendasarinya, dengan faktor loading di atas 0.70 dianggap dapat diterima, menandakan hubungan yang kuat antara variabel yang diamati dan konstruk. Keandalan dan validitas dinilai melalui beberapa metrik: Cronbach's Alpha, yang mengukur konsistensi internal dan harus berada di atas 0,70 untuk reliabilitas yang dapat diterima; Composite Reliability (CR), yang mengevaluasi reliabilitas keseluruhan konstruk dan dapat diterima dengan nilai di atas 0,70; dan Average Variance Extracted (AVE), yang mengukur jumlah varians yang ditangkap oleh konstruk relatif terhadap varians karena kesalahan pengukuran, dengan nilai di atas 0,50 yang mengindikasikan validitas konvergen yang baik.

Tabel 2. Model Pengukuran

Variable	Code	Loading Factor	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variant Extracted
Aktivitas Wisata Alam	AWA.1	0.880	0.898	0.936	0.830
	AWA.2	0.931			
	AWA.3	0.921			
Pelayanan	PEY.1	0.880	0.889	0.923	0.750
	PEY.2	0.800			
	PEY.3	0.886			
	PEY.4	0.895			
Harga Paket Wisata	HPW.1	0.837	0.693	0.812	0.591
	HPW.2	0.718			
	HPW.3	0.745			
Kepuasan Wisatawan	KPW.1	0.900	0.821	0.893	0.737
	KPW.2	0.854			
	KPW.3	0.819			

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Muatan faktor untuk Aktivitas Wisata Alam berkisar antara 0,880 hingga 0,931, dengan Cronbach's alpha sebesar 0,898, CR sebesar 0,936, dan AVE sebesar 0,830, yang mengindikasikan keandalan dan validitas yang kuat. Untuk Services (Pelayanan), muatan faktor berkisar antara 0,800 hingga 0,895, dengan Cronbach's alpha sebesar 0,889, CR sebesar 0,923, dan AVE sebesar 0,750, yang menunjukkan reliabilitas dan validitas yang tinggi. Tour Package Prices (Harga Paket Wisata) memiliki muatan faktor dari 0,718 hingga 0,837, Cronbach's alpha sebesar 0,693, CR sebesar 0,812, dan AVE sebesar 0,591, yang menunjukkan keandalan yang dapat diterima dan validitas yang memadai. Untuk Kepuasan Wisatawan, muatan faktor berkisar antara 0,819 hingga 0,900, dengan Cronbach's alpha sebesar 0,821, CR sebesar 0,893, dan AVE sebesar 0,737, yang menunjukkan reliabilitas dan validitas yang kuat.

Validitas diskriminan menilai sejauh mana sebuah konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya dengan memastikan bahwa konstruk tersebut mengukur konsep yang berbeda. Fornell dan Larcker (1981) menyarankan bahwa validitas diskriminan dikonfirmasi jika akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lain dalam model.

Tabel 3. Validitas Diskriminan

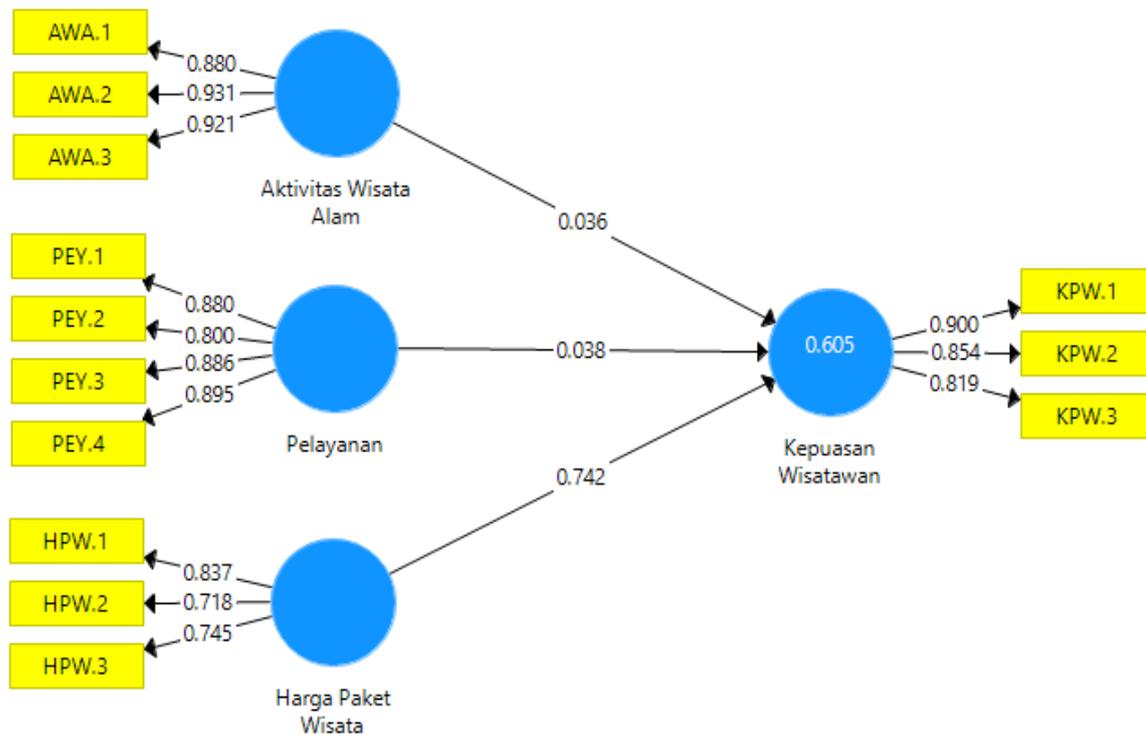
	Aktivitas Wisata Alam	Harga Paket Wisata	Kepuasan Wisatawan	Pelayanan
Aktivitas Wisata Alam	0.711			
Harga Paket Wisata	0.258	0.768		
Kepuasan Wisatawan	0.236	0.777	0.858	
Pelayanan	0.234	0.684	0.553	0.866

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Akar kuadrat dari AVE untuk Kegiatan Wisata Alam (0,711) lebih besar daripada korelasinya dengan Harga Paket Wisata (0,258), Kepuasan Wisatawan (0,236), dan Layanan (0,234), yang menunjukkan kekhasannya. Untuk Harga Paket Wisata, akar kuadrat dari AVE adalah 0,768, yang melebihi korelasinya dengan Kegiatan Wisata Alam (0,258), Kepuasan Wisatawan (0,777), dan Layanan (0,684), menunjukkan validitas diskriminan yang memadai meskipun korelasinya tinggi

dengan Kepuasan Wisatawan. Akar kuadrat dari AVE untuk Kepuasan Wisatawan adalah 0,858, yang lebih tinggi dari korelasinya dengan Kegiatan Wisata Alam (0,236), Harga Paket Wisata (0,777), dan Layanan (0,553), yang menegaskan kekhasannya. Demikian pula, akar kuadrat dari AVE untuk Layanan adalah 0,866, yang melampaui korelasinya dengan Kegiatan Wisata Alam (0,234), Harga Paket Wisata (0,684), dan Kepuasan Wisatawan (0,553), yang mengindikasikan kekhasannya.

**C. Top of Form
Bottom of Form**



Gambar 2. Hasil Model

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

D. Kecocokan Model

Indeks kecocokan model memberikan penilaian seberapa baik model yang dihipotesiskan cocok dengan data yang diamati. Dalam penelitian ini, beberapa indeks kecocokan digunakan untuk mengevaluasi model persamaan struktural: Standardized Root Mean Square Residual (SRMR), jarak Euclidean kuadrat (d_ULS), jarak geodesik (d_G), Chi-Square, dan Normed Fit Index (NFI).

Tabel 3. Uji Hasil Kecocokan Model

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.100	0.100
d_ULS	0.916	0.916
d_G	0.423	0.423
Chi-Square	354.754	354.754
NFI	0.730	0.730

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) mengukur perbedaan rata-rata antara korelasi yang diamati dan korelasi yang diprediksi oleh model, dengan nilai di bawah 0,08 yang mengindikasikan kecocokan yang baik. Dalam penelitian ini, SRMR untuk model jenuh dan model yang diestimasi adalah 0,100, sedikit di atas ambang batas yang direkomendasikan, yang menunjukkan adanya ruang untuk perbaikan. Squared Euclidean Distance (d_ ULS) mengukur jarak antara matriks kovarians tersirat model dan empiris, dengan nilai yang lebih rendah mengindikasikan kecocokan yang lebih baik. Nilai d_ ULS untuk kedua model adalah 0,916, yang mengindikasikan kecocokan yang moderat. Geodesic Distance (d_ G) juga mengukur kecocokan antara matriks kovarians tersirat dan empiris, dengan nilai yang lebih rendah menunjukkan kecocokan yang lebih baik. Nilai d_ G untuk kedua model adalah 0,423, yang menunjukkan kecocokan yang moderat. Statistik Chi-Square, yang mengukur perbedaan antara matriks kovarians yang diamati dan yang diharapkan, adalah 354,754 untuk kedua model. Dengan jumlah sampel 130, ini menunjukkan kecocokan yang masuk akal namun masih dapat ditingkatkan. Normed Fit Index (NFI) membandingkan nilai Chi-Square dari model dengan model nol, dengan nilai di atas 0,90 yang mengindikasikan kecocokan yang baik. NFI untuk kedua model adalah 0,730, di bawah ambang batas yang direkomendasikan, menunjukkan bahwa model tersebut dapat lebih cocok dengan data.

R Square (R^2), atau koefisien determinasi, menunjukkan proporsi varians dalam variabel dependen yang dapat diprediksi dari variabel independen, yang mencerminkan kekuatan penjelasan model. Untuk Kepuasan Wisatawan, nilai R^2 adalah 0,605, yang berarti 60,5% varians Kepuasan Wisatawan dapat dijelaskan oleh Kegiatan Wisata Alam, Pelayanan, dan Harga Paket Wisata. Nilai R^2 di atas 0,60 adalah nilai yang besar dalam penelitian ilmu sosial, yang menunjukkan kekuatan penjelasan yang baik. Relevansi Prediktif (Q^2), yang dinilai melalui Stone-Geisser's Q^2 , mengukur akurasi prediksi model dengan menghilangkan sebagian data dan menggunakan model tersebut untuk memprediksinya. Nilai Q^2 untuk Kepuasan Wisatawan adalah 0.597, mendekati nilai R^2 dan lebih besar dari 0, yang mengindikasikan relevansi prediktif yang tinggi. Nilai Q^2 yang tinggi ini menunjukkan bahwa model secara efektif menjelaskan varians dalam Kepuasan Wisatawan dan memprediksi pengamatan di masa depan.

E. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam PLS-SEM melibatkan evaluasi signifikansi koefisien jalur antara konstruk. Proses ini menentukan apakah hubungan yang dihipotesiskan dalam model didukung oleh data.

Tabel 5. Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Aktivitas Wisata Alam -> Kepuasan Wisatawan	0.536	0.535	0.054	7.664	0.000
Harga Paket Wisata -> Kepuasan Wisatawan	0.742	0.745	0.067	11.046	0.000
Pelayanan -> Kepuasan Wisatawan	0.338	0.338	0.077	5.490	0.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

The path coefficient for Nature Tourism Activities (Aktivitas Wisata Alam) to Tourist Satisfaction (Kepuasan Wisatawan) is 0.536, with a T statistic of 7.664 and a P value of 0.000, indicating a strong positive and statistically significant relationship, supporting the hypothesis that engaging in nature tourism activities significantly enhances tourist satisfaction. For Tour Package Prices (Harga Paket Wisata) to Tourist Satisfaction, the path coefficient is 0.742, with a T statistic of 11.046 and a P value of 0.000, indicating a very strong positive and statistically significant relationship, underscoring the importance of reasonable and fair pricing in increasing tourist satisfaction. The path coefficient for Services (Pelayanan) to Tourist Satisfaction is 0.338, with a T statistic of 5.490 and a P value of 0.000, indicating a moderate positive and statistically significant relationship, highlighting the critical role of high-quality services in enhancing tourist satisfaction.

Diskusi

Aktivitas Wisata Alam dan Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas wisata alam memiliki dampak positif yang kuat terhadap kepuasan wisatawan (koefisien jalur = 0,536, T statistik = 7,664, P value = 0,000). Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, yang menyoroti bahwa kegiatan yang menarik dan beragam sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang tak terlupakan (Fossgard & Fredman, 2019; Karacaoğlu, 2023; Pope & Konu, 2024; Revollo-Fernández et al., 2024). Wisatawan yang berkunjung ke Jawa Timur cenderung lebih puas ketika mereka berpartisipasi dalam kegiatan berbasis alam yang terorganisir dengan baik dan menyenangkan seperti hiking, pengamatan satwa liar, dan olahraga petualangan. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya menyediakan rekreasi tetapi juga meningkatkan nilai keseluruhan dari pengalaman pariwisata dengan menumbuhkan hubungan yang lebih dalam dengan alam dan mempromosikan kesadaran lingkungan.

Layanan dan Kepuasan Wisatawan

Kualitas layanan ditemukan sebagai prediktor yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan (koefisien jalur = 0,338, statistik T = 5,490, nilai P = 0,000). Layanan berkualitas tinggi, termasuk transportasi yang dapat diandalkan, akomodasi yang nyaman, dan layanan pelanggan yang responsif, sangat meningkatkan pengalaman wisatawan. Hasil ini mendukung pernyataan (He & Huang, 2023; Saleh & Nithyanantham, 2022), yang menekankan bahwa berbagai dimensi kualitas layanan (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) sangat penting dalam memenuhi atau melampaui harapan wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa para pemangku kepentingan pariwisata di Jawa Timur harus memprioritaskan untuk mempertahankan standar layanan yang tinggi untuk memastikan bahwa wisatawan memiliki pengalaman yang positif dan lancar selama masa tinggal mereka.

Harga Paket Wisata dan Kepuasan Wisatawan

Studi ini juga menemukan bahwa harga paket wisata memiliki pengaruh positif yang sangat kuat terhadap kepuasan wisatawan (koefisien jalur = 0,742, T statistik = 11,046, P value = 0,000). Hal ini menyoroti peran penting dari strategi penetapan harga dalam mempengaruhi persepsi dan kepuasan wisatawan. Menurut (Fauzan, 2023; Marpaung et al., 2024; Zahroh & Albari, 2024), wisatawan menganggap harga yang wajar sebagai cerminan dari nilai uang, yang secara signifikan berkontribusi terhadap kepuasan mereka secara keseluruhan. Temuan ini menunjukkan bahwa harga paket wisata yang wajar dan transparan meningkatkan nilai yang dirasakan dari pengalaman

pariwisata, membuat wisatawan lebih cenderung merasa puas dan mempertimbangkan untuk mengunjungi kembali atau merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Operator pariwisata di Jawa Timur harus fokus pada pengembangan strategi penetapan harga yang kompetitif yang menawarkan nilai yang baik tanpa mengorbankan kualitas layanan dan kegiatan.

Implikasi Praktis

Temuan penelitian ini memiliki beberapa implikasi praktis bagi para pemangku kepentingan pariwisata di Jawa Timur:

1. Meningkatkan Kegiatan Wisata Alam: Mengembangkan dan mempromosikan beragam aktivitas berbasis alam yang menarik dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan wisatawan. Investasi dalam infrastruktur dan pelatihan untuk pemandu kegiatan dapat meningkatkan kualitas pengalaman ini.
2. Meningkatkan Kualitas Layanan: Mempertahankan standar kualitas layanan yang tinggi sangatlah penting. Hal ini mencakup pelatihan rutin untuk staf, memastikan keandalan layanan, dan terus mencari umpan balik dari wisatawan untuk mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan.
3. Strategi Penetapan Harga yang Kompetitif: Mengembangkan strategi penetapan harga yang transparan dan adil untuk paket wisata dapat meningkatkan nilai yang dirasakan dari pengalaman wisata. Menawarkan berbagai paket yang memenuhi tingkat anggaran yang berbeda sambil memastikan kualitas yang tinggi dapat menarik lebih banyak wisatawan.

Implikasi Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada pengetahuan yang ada dengan memberikan bukti empiris tentang pentingnya kegiatan wisata alam, kualitas layanan, dan harga dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Temuan ini mendukung dan memperluas teori kepuasan konsumen dan kualitas layanan dalam konteks pariwisata alam. Penggunaan SEM-PLS memberikan pendekatan metodologis yang kuat untuk menganalisis hubungan yang kompleks dalam penelitian pariwisata.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan bukti empiris tentang dampak signifikan dari kegiatan wisata alam, layanan, dan harga paket wisata terhadap kepuasan wisatawan di Jawa Timur. Koefisien jalur yang positif dan signifikan untuk variabel-variabel ini menggarisbawahi pentingnya variabel-variabel tersebut dalam meningkatkan pengalaman wisatawan secara keseluruhan. Kegiatan berbasis alam yang menarik dan beragam, layanan berkualitas tinggi, dan harga yang transparan dan masuk akal merupakan faktor penentu kepuasan wisatawan. Indeks kecocokan model dan nilai R^2 dan Q^2 yang tinggi mengkonfirmasi kekokohan dan relevansi prediktif model, yang mengindikasikan bahwa faktor-faktor yang diidentifikasi merupakan kontributor substansial terhadap kepuasan wisatawan. Temuan ini memiliki beberapa implikasi praktis bagi para pemangku kepentingan pariwisata di Jawa Timur: meningkatkan kegiatan wisata alam dengan mengembangkan berbagai kegiatan berbasis alam yang menarik dan terorganisir dengan

baik, meningkatkan kualitas layanan dengan mempertahankan standar yang tinggi dan terus mengumpulkan umpan balik dari para wisatawan, dan mengadopsi strategi penetapan harga yang kompetitif yang menawarkan nilai yang baik dan memenuhi tingkat anggaran yang berbeda. Investasi dalam infrastruktur, pelatihan untuk pemandu kegiatan, transportasi yang dapat diandalkan, akomodasi yang nyaman, dan layanan pelanggan yang responsif sangat penting untuk mencapai peningkatan ini dan menarik lebih banyak wisatawan.

REFERENSI

- Abdilla, M., Idwar, I., Permatasari, I., & Rajunas, R. (2024). Studi Empiris Penentu Kepuasan Destinasi Wisata Kota Padang Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 26(1), 101–113.
- Apriliana, T., Maknunah, N. A., Nizam, H. M., Mardhatillah, R., & Nova, R. F. (2024). Analyzing Tourist Satisfaction Using Factor Analysis and Text Mining: An Ecotourism Study in Girpasang Village. *Enthusiastic: International Journal of Applied Statistics and Data Science*, 37–50.
- Aryani, N., & Yuniarsa, S. (2022). Eco-Tourism: Concepts and Application by Smart Rural Areas: Case Study in Trenggalek, East Java. *JOURNAL OF ECONOMICS, FINANCE AND MANAGEMENT STUDIES*, 1–10.
- Aryaningtyas, A. T., Risyanti, Y. D., & Helyanan, P. S. (2023). Towards Sustainable Tourism: An In-Depth Study Of Green Entrepreneurship Strategies In Indonesia. *International Conference On Digital Advanced Tourism Management And Technology*, 1(2), 300–311.
- Fauzan, D. (2023). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION AT VENTION STORE SURABAYA. *JEMBA: Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 1(2), 45–56.
- Fossgard, K., & Fredman, P. (2019). Dimensions in the nature-based tourism experiencescape: An explorative analysis. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 28, 100219.
- Gumede, T. K., Nzama, A. T., & Mdiniso, J. M. (2022). *Evaluating the effectiveness of the strategies for sustaining nature-based tourism amid global health crises: a global perspective*.
- He, X., & Huang, Y. (2023). Service quality in tourist attractions on tourists' psychological anxiety. *CNS Spectrums*, 28(S2), S134–S134.
- Insani, N., Ridhoi, R., Hidajat, H. G., A'rachman, F. R., Darmendra, I. P. Y., Ardiyanti, R. N., & Veronica, A. (2024). Pro-Environmental Tourism: Lessons Learned from Adventure, Wellness and Eco-tourism in Padusan Village, Mojokerto, East Java. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1313(1), 12043.
- Istachyani, I. A. M., Sunarta, I. N., & Sukewijaya, I. M. (n.d.). *KEMAMPUAN DAYA DUKUNG WISATA DAN KEPUASAN WISATAWAN DI NUSA LEMBONGAN*.
- Karacaoğlu, S. (2023). Travel Characteristics, Typologies, and Motivations of Nature-Based Tourists: A Literature Review. *The Routledge Handbook of Nature Based Tourism Development*, 372–382.
- Khusaini, M., Lestari, A. M., & Finuliyah, F. (2024). A SUSTAINABLE ECOTOURISM PLANNING MODEL: DOES IT MATTER? *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(4), e3356–e3356.
- Marpaung, H., Syaifuddin, S., & Toni, N. (2024). Impact of price fairness, service quality, and destination image on tourist loyalty and satisfaction: A case study of Lake Toba, North Sumatra. *International Journal of ADVANCED AND APPLIED SCIENCES*, 11, 1–11. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2024.05.001>
- Minh, H. N. (2023). A review of approaches measuring tourist satisfaction. *Journal of Thu Dau Mot University*, 5(2), 97–109.
- Mirzayeva, A. (2023). Impact of environmental issues on tourism development. *Scientific Collection «InterConf+»*, 38 (175), 60–72.
- Musa, H. G., Fatmawati, I., Nuryakin, N., & Suyanto, M. (2024). EXPLORING HOW SUSTAINABLE DESTINATION PREFERENCE MEDIATES THE EFFECTS OF TOURISTS' MOTIVATION ON SATISFACTION. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 54, 941–952.
- Pope, E., & Konu, H. (2024). Nature connection and wellbeing in tourism experiences. In *A Research Agenda for Tourism and Wellbeing* (pp. 119–136). Edward Elgar Publishing.
- Rajan, D. V. S., & Baskaran, D. A. (2023). A Study on Overview of Fast-moving Goods. *International Journal For Multidisciplinary Research*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:264338115>

- Revollo-Fernández, D. A., Lithgow, D., Von Thaden, J. J., Salazar-Vargas, M. del P., & Rodríguez de los Santos, A. (2024). Unlocking Local and Regional Development through Nature-Based Tourism: Exploring the Potential of Agroforestry and Regenerative Livestock Farming in Mexico. *Economies*, 12(6), 137.
- Saleh, H. A., & Nithyanantham, V. (2022). Quality Service Delivery Between Service Failure and Service Recovery in Hospitality Industry: A Place for Enjoyment. *QALAAI ZANIST JOURNAL*, 7(4), 1220–1236.
- Salim, S., Zhang, X., & Abdullojon, Y. (2024). Building Loyalty in Punti Kayu Palembang: Tourist Satisfaction Mediating Perceived Value, Safety, and Destination Image. *Journal of World Science*, 3(3), 353–363.
- SHEELA CHRISTAS. (2024). a Study on Customer Satisfaction on Bajaj Bikes in Karur. *Interantional Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 08(03), 1–5. <https://doi.org/10.55041/ijrem29636>
- Surya, A. P. (2024). The Role of Ecotourism in Promoting Sustainable Economic Development in Indonesia. *Journal of World Economy*, 3(1), 43–48.
- Suwitho, S., Mustika, H., & Pradhani, F. (2023). Impact of Tourist Satisfaction Attributes on Behaviour of Sharing Tourism Expeiece on Social Media. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 171. <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK.2023.v17.i02.p05>
- Zahroh, H., & Albari, A. (2024). The influence of price perception, location, and service quality at Indomaret Madura Pamekasan on customer loyalty through satisfaction as a mediating variable. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(4), 1485–1507.