

PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP DESTINASI KAMPUNG WISATA TABEL INDAH RESORT DI PROVINSI LAMPUNG DENGAN TEKNIK ANALISIS *CONJOINT*

TOURIST PREFERENCE ON KAMPUNG WISATA TABEL INDAH RESORT DESTINATION IN LAMPUNG PROVINCE WITH CONJOINT ANALYSIS TECHNIQUE

Muhamad Kresna Adiguna¹, Husni Amani², Wawan Tripiawan³

Program Studi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹muhamadkresnaadiguna@student.telkomuniversity.ac.id, ²husniamani@telkomuniversity.ac.id,

³wawantripiawan@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Provinsi Lampung memiliki banyak aspek yang dapat dikembangkan terutama yang berhubungan dengan perpindahan manusia seperti contohnya pariwisata. Salah satu objek pariwisata yang dimiliki adalah Kampung Wisata Tabek Indah Resort. Dengan konsep *one stop service* dan *back to nature*, resort menyediakan berbagai macam wahana rekreasi yang ditawarkan guna menarik wisatawan. Namun berdasarkan data jumlah pengunjung dari tahun 2014-2018 selalu terjadi penurunan, paling drastis pada tahun 2018 yaitu sebesar 35% dari tahun sebelumnya. Berdasarkan hasil ulasan para wisatawan yang telah berkunjung dalam web Google Local Guide, dapat diketahui bahwa terdapat keluhan yang menunjukkan ketidakpuasan para wisatawan yang telah berkunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi wisatawan yang pernah berkunjung ke Kampung Wisata Tabek Indah Resort. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu, responden yang pernah berkunjung ke Kampung Wisata Tabek Indah Resort, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, dan metode analisis data yang digunakan adalah *conjoint analysis*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa atribut pelayanan tambahan (*ancillary service*) menjadi atribut yang paling disukai, kemudian diikuti dengan atribut (*accessibility*) aksesibilitas, *attraction* (atraksi/daya tarik) dan *amenities* (fasilitas). Hasil dari penelitian ini dapat memberikan rekomendasi perbaikan untuk Kampung Wisata Tabek Indah Resort dengan memfokuskan pengembangan terhadap atribut dan subatribut yang menjadi preferensi wisatawan, sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke Kampung Wisata Tabek Indah Resort.

Kata kunci: *Conjoint analysis*, Pariwisata dan Preferensi.

Abstract

Lampung Province has many aspects that can be developed especially related to human displacement such as tourism. One of the tourism objects owned by Kampung Wisata Tabek Indah Resort. With the concept of *one stop service* and *back to nature*, the resort provides a wide range of recreational rides offered to attract tourists. But based on data on the number of visitors from the year 2014-2018 there is always a decline, the most drastic in the year 2018 is 35% of the year before. Based on the reviews of tourists who have visited in the Web Google Local Guide, it is possible to know that there is a complaint showing the dissatisfaction of the tourists who have visited. This research aims to know the preferences of tourists who have been to Kampung Wisata Tabek Indah Resort. This research includes the kind of descriptive research, sampling techniques used are *purposive sampling* that is, respondents who have visited the village Wisata Tabek Indah Resort, with the number of samples as much as 100 respondents, and The data analysis method used is a *twins analysis*. The results of this study showed that the additional service attributes (*ancillary service*) became the most liked attribute, followed by *accessibility*, *attraction* (attraction/attraction) and *amenities*. The results of this research can provide improvement recommendation for Kampung Wisata Tabek Indah Resort by focusing on the development of attributes and subatstorms that become tourist preference, so that it can increase the number of visitors Come to Kampung Wisata Tabek Indah Resort.

Keywords: *Conjoint analysis*, Tourism, and Preference.

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu aspek penting dalam perekonomian dunia. Pembangunan pariwisata dapat mendukung aktivitas bisnis untuk menghasilkan manfaat social, budaya, dan ekonomi yang signifikan bagi suatu negara. Ketika pariwisata direncanakan dengan baik, mestinya akan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada sebuah destinasi. Keberhasilan pariwisata terlihat dari penerimaan pemerintah dari sektor pariwisata dapat mendorong sektor lain untuk berkembang. (Utama, [8]).

Keberhasilan yang paling mudah untuk diamati adalah meningkatnya jumlah kedatangan wisatawan dari periode ke periode. Pertambahan jumlah wisatawan dapat terwujud jika wisatawan yang telah berkunjung merasa puas terhadap destinasi dengan berbagai hiburan yang ditawarkan oleh pengelolaannya. Wisatawan yang puas akan cenderung menjadi loyal untuk mengulangi liburanya di masa mendatang, dan memungkinkan mereka merekomendasi kepada teman-teman dan kerabatnya untuk berlibur ke tempat yang sama. (Som dan Badarneh dalam Utama, [8]). Berdasarkan tempat asal wisatawan berkunjung, wisatawan dibedakan menjadi wisatawan lokal dan wisatawan asing. Berikut adalah data perkembangan jumlah wisatawan asing di Indonesia.



Gambar I.1 Wisatawan Asing di Indonesia 2015-2019 Per-bulan Juli
(Sumber: <https://www.ceicdata.com>)

Dijelaskan pada Gambar I.1 dapat dilihat bahwa sejak 2015 hingga 2019 per-bulan Juli selalu terjadi peningkatan pengunjung wisatawan asing ke Indonesia, hal ini memberikan bukti bahwa selalu meningkatnya minat wisatawan asing untuk mengunjungi Indonesia. Rata-rata pertumbuhan dari data diatas mulai tahun 2015 hingga 2019 selalu meningkat.

Pengembangan sektor pariwisata bukan hanya tanggung jawab pihak pusat, melainkan pihak daerahpun harus ikut fokus dalam pengembangan sektor pariwisata.

Lampung adalah sebuah Provinsi berkembang yang berada di paling Selatan dari pulau Sumatera yang menjadi daerah perlintasan transportasi darat antara Pulau Sumatera dan Pulau Jawa melalui pelabuhan Merak dan Bakauheni.

Tabel I.1 Data Penumpang Kapal Jalur Merak-Bakauheni dan Sebaliknya 2015-2016

Pelabuhan Merak ke Pelabuhan Bakauheni			Pelabuhan Bakauheni ke Pelabuhan Merak		
Tahun	2015	2016	Tahun	2015	2016
Orang	1.55 juta	1.28 juta	Orang	1.66 juta	1.28 juta
Mobil roda empat atau lebih	1.79 juta	1.64 juta	Mobil roda empat atau lebih	1.71 juta	1.57 juta

(Sumber : <https://www.indonesiaferry.co.id> , 2016)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pendatang yang memasuki Provinsi Lampung pertahunnya melebihi dari satu juta jiwa. Dengan jumlah yang cukup banyak dan juga berlokasi di tempat yang strategis sebagai gerbang pintu untuk memasuki Pulau Sumatera maka, pemerintah setempat harus mulai menggerakkan sektor yang berhubungan dengan perpindahan manusia yang salah satunya adalah sektor pariwisata.

Untuk memikat para wisatawan, Provinsi Lampung memiliki objek-objek wisata unggulan yang masing-masing daya tariknya sudah cukup terkenal, terdiri dari 10 destinasi wisata budaya, 30 destinasi wisata alam dan enam destinasi wisata buatan,

Salah satu destinasi wisata buatan yang dimiliki Provinsi Lampung adalah Kampung Wisata Tabek Indah Resort. Semua kelengkapan fasilitas yang disediakan, pelayanan yang sudah dipersiapkan dan suasana kampung yang alam asri dan nyaman adalah keunggulan yang dimiliki oleh Kampung Wisata Tabek Indah Resort. Sayangnya dengan semua keunggulan yang sudah Kampung Tabek Indah Resort tawarkan, tidak berbanding lurus dengan jumlah wisatawan yang berkunjung, karena berdasarkan data yang diperoleh terjadi penurunan jumlah pengunjung yang cukup signifikan dengan data sebagai berikut:



Gambar I.2 Jumlah Pengunjung Per Tahun 2015-2018
(Sumber: Kampung Wisata Tabek Indah Resort)

Berdasarkan data grafik diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah pengunjung Kampung Wisata Tabek Indah Resort pada tahun 2015 hingga tahun 2018, dimana penurunan yang paling signifikan terjadi pada tahun 2018 sebesar 18.980 orang dengan persentase penurunan sekitar 35% dari jumlah pengunjung pada tahun sebelumnya. penurunan jumlah pengunjung sebesar 35% bukanlah nilai yang sedikit, karena itu pemecahan masalah harus segera dilakukan.

Berkenaan dengan terjadinya penurunan jumlah pengunjung maka didalam penelitian ini dilakukan pengumpulan ulasan konsumen yang telah berkunjung dengan cara mengambil ulasan dari Google Local Guide. Sampel ulasan terdiri dari 30 orang yang memberikan rating dan, hal tersebut dirangkum sebagai berikut:

Tabel I.2 Data Ulasan Positif dan Negatif

Ulasan Positif	Ulasan Negatif
lokasi wisata yang sejuk, luas dan asri	perawatan sarana dan prasarana yang buruk
kualitas makanan yang disediakan oleh restoran memuaskan	fasilitas umum yang tidak terurus
parkir yang luas	kamar resort yang kurang bersih
harga yang terjangkau	taman rekreasi yang kurang terawat
suasana perdesaan yang nyaman	kurangnya perbaikan pada infrastruktur
fasilitas yang bervariasi	Wahana yang terkadang tidak beroperasi
kondisi lingkungan yang sejuk	Pelayanan yang tidak maksimal

Berdasarkan ulasan-ulasan di atas dapat diketahui bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat pada Kampung Wisata Tabek Indah Resort yang harus diperbaiki dan diperhatikan.

Berdasarkan permasalahan diatas, pihak Resort perlu mengetahui preferensi konsumen terhadap Kampung Wisata Tabek Indah Resort, sehingga terjadi kenaikan pada jumlah pengunjung dan memperbaiki kekurangan yang ada pada resort.

Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah preferensi wisatawan terhadap destinasi wisata Kampung Wisata Tabek Indah Resort dan Apa rekomendasi untuk perbaikan terhadap destinasi wisata Kampung Wisata Tabek Indah Resort.

Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana preferensi wisatawan terhadap destinasi wisata Kampung Wisata Tabek Indah Resort dan untuk mengetahui apa rekomendasi untuk perbaikan terhadap destinasi wisata Kampung Wisata Tabek Indah Resort.

2. Dasar Teori

Pariwisata

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, pengertian pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Dalam pasal 14 disebutkan bahwa jumlah usaha pariwisata adalah 13 usaha sebagai berikut: daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta, dan usaha spa.

Preferensi

Preferensi konsumen merupakan suatu sikap konsumen terhadap satu pilihan produk yang terbentuk melalui evaluasi atas berbagai macam pilihan yang tersedia (Kotler dan Keller, [3]). Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Konsumen akan mengurutkan dan menilai berbagai produk yang berbeda berdasarkan keinginan mereka dalam memilih produk yang sesuai dengan tujuan memperoleh preferensi atas suatu produk maupun jasa (Munandar *et all*, [4]). Preferensi konsumen dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi produk yang diinginkan oleh pasar. Menurut Kotler dan Keller[3] ada tiga preferensi yang terbentuk yaitu:

1. Preferensi Homogen - adalah ketika semua konsumen memiliki preferensi yang sama dan pasar tidak menunjukkan segmen alami. Menunjukkan suatu pasar dimana semua pelanggan secara kasar memiliki preferensi yang sama.
2. Preferensi Tersebar - adalah ketika konsumen memiliki preferensi yang sangat bervariasi. Jika beberapa merek berada di pasar, mereka cenderung memposisikan diri di seluruh ruang dan menunjukkan perbedaan yang nyata untuk mencocokkan perbedaan dalam preferensi konsumen.
3. Preferensi Kelompok - adalah ketika segmen pasar alami muncul dari kelompok konsumen dengan preferensi bersama. Menunjukkan bahwa pasar memiliki kelompok-kelompok preferensi yang berbeda.

Setelah memahami preferensi konsumen, perusahaan dapat merancang strategi yang tepat untuk merespon yang diinginkan oleh konsumen dan perusahaan dapat menerapkan strategi diferensiasi produk. Pada penelitian ini preferensi konsumen akan digunakan untuk mendapatkan rekomendasi kepada objek penelitian, preferensi menjadi salah satu strategi yang tepat untuk merespon harapan konsumen dan membuat strategi diferensiasi produk jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan tersebut dengan pesaingnya.

Analisis Conjoint

Dalam mengidentifikasi nilai yang responden berikan pada atribut berdasarkan layanan yang ada pada objek penelitian, analisis *conjoint* menciptakan fungsi *part-worth utilities* atau nilai guna. Nilai guna suatu produk ini adalah jumlah nilai utilitas produk dari setiap responden yang diteliti. Hasil analisis *conjoint* berupa informasi kuantitatif yang dapat memodelkan preferensi konsumen untuk beberapa kombinasi fitur produk (Smith,[6]). Analisis *conjoint* adalah suatu teknik multivariat yang dikembangkan secara khusus untuk memahami bagaimana para responden mengembangkan preferensi terhadap suatu objek tertentu, misalnya produk, jasa, atau gagasan. (Malhotra,[5]).

Tahapan analisis *conjoint* dijabarkan menjadi enam langkah dasar sebagai berikut:



Gambar I.3 Tahapan Metode Analisis Conjoint

(Sumber: Malhotra, 2010) [5]

Secara umum model dasar analisis *conjoint* dapat dituliskan dalam bentuk: dimana:

$U(X)$ = semua nilai kegunaan dari satu alternatif

α_{ij} = kontribusi yang berharga sebagian atau nilai ($j, j = 1, 2, \dots, k$) dari atribut ke I ($i, i = 1, 2, \dots, m$)

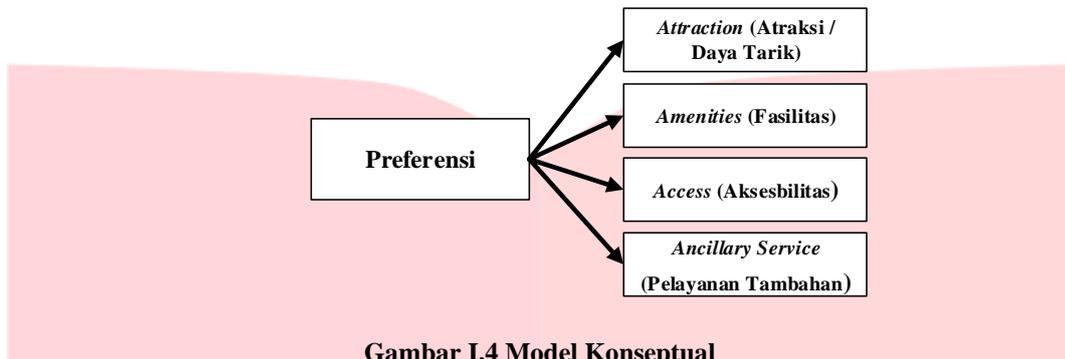
k_i = jumlah peringkat atribut i

m = jumlah atribut

$$U(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} \alpha_{ij}$$

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, model konseptual yang digunakan dituangkan dalam Gambar 1.4 berikut :



Gambar I.4 Model Konseptual

Penelitian dimulai dengan menentukan atribut yang akan digunakan berdasarkan teori atribut pariwisata yang kemudian ditentukan sub-atributnya. Berdasarkan teori tersebut kemudian dibentuk menjadi stimuli-stimuli atau kombinasi dari tiap sub-atribut lalu di Analisa. Setelah stimuli-stimuli tersebut diberi nilai oleh responden menyesuaikan preferensi mereka dan akan menghasilkan rekomendasi perencanaan pada lokasi wisata.

Di dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis conjoint, penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif, dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dan *purposive sampling*.

Variabel Operasional

Menurut Sugiyono[7] variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Didalam penelitian ini variabel penelitian disebut sebagai atribut, dimana atribut dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Atribut Penelitian

Variabel	Atribut	Taraf	Sub-Atribut/Level
Preferensi	attraction (atraksi / daya tarik)	1	Berpemandangan indah
		2	wahana yang bervariasi
		3	paket wisata bervariasi
		4	Lingkungan perdesaan yang asri
Preferensi	Amenities (Fasilitas)	1	kamar resort nyaman
		2	Restoran resort memuaskan
		3	infrastruktur memadai
Preferensi	Aksesibilitas (Access)	1	lokasi resort mudah ditemukan
		2	dekat dengan jalan utama
		3	lokasi resort mudah diakses
		4	tersedia transportasi umum
	Pelayanan tambahan (ancillary service)	1	tersedia pemandu setiap wahana
		2	pusat pelayanan informatif
		3	pelayanan ramah
		4	lingkungan resort bersih
		5	lingkungan resort aman

(Sumber: hasil modifikasi peneliti)

Pembahasan

Tingkat kepentingan masing-masing atribut dari hasil olah data analisa conjoint dengan menggunakan SPSS 25.0 didapatkan nilai kepentingan keseluruhan dari masing-masing atribut.

Tabel 1.3 Nilai Kepentingan

<i>Importance Value</i>	
Atribut	Nilai
1. <i>Attraction</i> (Atraksi / Daya Tarik)	24.204
2. <i>Amenities</i> (Fasilitas)	17.619
3. <i>Accessibility</i> (Aksesibilitas)	26.367
4. <i>Ancillary Service</i> (Pelayanan Tambahan)	31.810

(Sumber: pengolahan hasil kuesioner)

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa atribut pelayanan tambahan merupakan atribut yang memiliki nilai kepentingan tertinggi yaitu mencapai 31.810. Selanjutnya atribut aksesibilitas menjadi atribut terpenting kedua dengan nilai kepentingannya mencapai 26.367. Atribut atraksi/daya tarik dengan nilai kepentingan 24.204. Dan atribut dengan nilai kepentingan terendah adalah atribut fasilitas dengan nilai kepentingan hanya 17.619.

Tabel 1.4 Nilai Kepentingan dan Utilitas Keseluruhan

<i>Importance</i>	<i>Atribut</i>	<i>Utility</i>	<i>Level</i>
24.204	Atraksi/ Daya Tarik	-0,047	Berpemandangan indah
		-0,032	wahana yang bervariasi
		-0,016	paket wisata bervariasi
		0,096	Lingkungan perdesaan yang asri
17.619	Fasilitas	0,004	kamar resort nyaman
		-0,094	Restoran resort memuaskan
		0,089	infrastruktur memadai
26.367	Aksesibilitas	0,045	lokasi resort mudah ditemukan
		-0,022	dekat dengan jalan utama
		-0,072	lokasi resort mudah diakses
		0,048	tersedia transportasi umum
31.810	Pelayanan Tambahan	0,065	tersedia pemandu setiap wahana
		-0,015	pusat pelayanan informatif
		-0,147	pelayanan ramah
		0,153	lingkungan resort bersih
		-0,057	lingkungan resort aman

(Sumber: pengolahan hasil kuesioner)

Dari estimasi koefisien diatas maka dapat disubstitusikan dari setiap estimasi utilitas kedalam persamaan dasar conjoint yaitu sebagai berikut:

$$\mu(x) = 3.035 - 0.047A_1 - 0.032A_2 + 0.016A_3 + 0.096A_4 + 0.004B_1 - 0.094B_2 + 0.089B_3 + 0.045C_1 - 0.022C_2 - 0.072C_3 + 0.048C_4 + 0.065D_1 - 0.015D_2 - 0.147D_3 + 0.153D_4 - 0.057D_5$$

Jika nilainya negatif maka responden kurang suka terhadap stimuli produk tersebut. Sebaliknya, jika nilainya positif, maka responden suka dengan stimuli produk tersebut.

Dari tabel I.4 telah diperoleh hasil estimasi koefisien persamaan *conjoint* atau estimasi utilitas setiap levelnya yang disebut *part-worth*, Jika nilainya negatif maka responden kurang suka terhadap stimuli produk tersebut. Sebaliknya, jika nilainya positif, maka responden suka dengan stimuli produk tersebut.

Rekomendasi Alternatif

Setelah melihat preferensi konsumen maka dibuatlah rekomendasi sesuai dengan preferensi konsumen secara keseluruhan. Berikut Rekomendasi berdasarkan nilai kepentingan dan tingkat utilitas terbesar yang menggambarkan kesukaan konsumen dari setiap atribut:

1. Perusahaan harus meningkatkan atribut *ancillary service* (pelayanan tambahan) terutama untuk subatribut lingkungan resort bersih karena, hal inilah yang menjadi keunggulan utama yang paling disukai oleh para wisatawan. Pihak pengelola harus lebih memperhatikan kebersihan dari resort seperti,

pengembangan SOP dalam pengelolaan sampah kemudian penambahan jumlah petugas kebersihan serta menabahkan jumlah tempat sampah di setiap sudut resort yang dipisahkan untuk sampah organik maupun sampah non organik.

2. Perusahaan harus mampu mengembangkan accessibility (aksesibilitas) terutama untuk ketersediaan transportasi umum menuju lokasi wisata, karena tersedianya alat transportasi adalah salah satu kunci sukses kelancaran aktivitas pariwisata, semakin banyak alat transportasi menuju area wisata akan memudahkan wisatawan untuk berkunjung. Salah satu pengembangan yang dapat dilakukan pihak resort adalah kerjasama dengan pihak angkutan transportasi umum online.
3. Pengembangan pada atribut attraction (atraksi / daya tarik) juga harus dilakukan, terutama terhadap suasana lingkungan perdesaan yang asri, dengan menjaga lingkungan tetap terasa seperti perdesaan yang sejuk dan asri akan menjaga atau bahkan meningkatkan daya tarik dari Kampung Wisata Tabek Indah Resort.
4. Perusahaan harus meningkatkan, memelihara dan melakukan pengecekan terhadap amenities (fasilitas) yang dimiliki, terutama semua infrastruktur yang mendukung kegiatan berwisata sehingga, semua kegiatan wisatawan dapat berjalan dengan baik dan merasa puas.

Pihak industri pariwisata disarankan untuk menerapkan rekomendasi dari rancangan penelitian ini yang berdasarkan dari preferensi konsumen. Dengan meningkatkan semua atribut yang diutamakan, diharapkan akan berpengaruh besar terhadap kepuasan wisatawan dan meningkatkan jumlah pengunjung Kampung Wisata Tabek Indah Resort

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dapat ditarik kesimpulan tentang preferensi konsumen terhadap Kampung Wisata tabek Indah Resort diurutkan dari tingkat kepentingan tertinggi, dimana atribut ancillary service (pelayanan tambahan) adalah atribut terpenting bagi wisatawan Kampung Wisata tabek Indah Resort dengan subatribut yang paling disukai adalah resort aman, kemudian accessibility (aksesibilitas) menjadi atribut terpenting kedua bagi wisatawan Kampung Wisata tabek Indah Resort dengan subatribut yang paling disukai yaitu tersedianya transportasi umum, kemudian pada urutan ketiga adalah atribut attraction (atraksi / daya tarik) dengan subatribut yang paling disukai yaitu lingkungan perdesaan yang asri, dan atribut urutan ke empat adalah amenities (fasilitas) menjadi atribut terpenting terakhir bagi wisatawan Kampung Wisata tabek Indah Resort dengan subatribut yang paling disukai yaitu infrastruktur memadai. Pemaparan hasil tersebut sudah dilandaskan dengan teori-teori yang sesuai. Maka dari itu pihak Kampung Wisata tabek Indah Resort harus dapat meningkatkan semua aspek dengan memfokuskan terhadap atribut-atribut tersebut terutama terhadap subatribut dari setiap atribut tersebut yang mempunyai nilai kepentingan paling tinggi menurut preferensi konsumen.

Setelah melihat preferensi konsumen terhadap Kampung Wisata Tabek Indah Resort maka dibuatlah rekomendasi sesuai dengan preferensi konsumen secara keseluruhan berdasarkan nilai kepentingan dan tingkat utilitas terbesar yang menggambarkan kesukaan konsumen dari setiap atribut.

Tabel 1.5 Rekomendasi

Ancillary Service	: lingkungan resort bersih
Access	: tersedia transportasi umum
Attraction	: Lingkungan perdesaan yang asri
Amenities	: infrastruktur memadai

Untuk rekomendasi, Kampung Wisata Tabek indah Resort harus fokus melakukan pengembangan terhadap atribut-atribut pada gambar diatas, dimana responden menginginkan lingkungan resort yang bersih sebagai bentuk pelayanan terhadap para wisatawan kemudian tersedia transportasi umum untuk menjadi aksesibilitas yang paling utama pada suatu lokasi wisata, lingkungan perdesaan yang asri sebagai daya Tarik yang paling utama dan fasilitas infrastruktur yang memadai sehingga dapat menunjang proses berwisata para wisatawan.

Daftar Pustaka

- [1] Ceicdata. 2019. Visitor Arrivals To Indonesia 2015-2019 per-bulan juli Tersedia di: <https://www.ceicdata.com/en/indicator/indonesia/visitor-arrivals> (diakses pada tanggal 10 Agustus 2019)
- [2] Indonesiaferry. 2016. Data Penumpang Kapal Jalur Merak-Bakauheni dan Sebaliknya Tersedia di: https://www.indonesiaferry.co.id/siaran_pers/detail_siaran/69 (diakses pada tanggal 15 Agustus 2019)
- [3] Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- [4] Munandar, J. (2012). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Meneral Dalam Kemasan di Bogor. IPB VOL. 13(3), 97-107.
- [5] Malhotra, N. K. (2010). Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- [6] Smith, P., & Ze, Z. (2011). Marketing Communications: Integrating offline and online with social media. Great Britain: Ashford Color Press.
- [7] Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [8] Utama, I. G. (2017). Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta: CV.Andi Offset.