

Tingkat Daya Tarik Objek Wisata Pantai di Kabupaten Lombok Tengah Serta Hubungannya dengan Motivasi dan Kepuasan Wisatawan = The Attractiveness Level of Beach Tourism Objects in Central Lombok Regency and its Relationship with Tourist Motivation and Satisfaction

Annisa Azzahara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920531208&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia sebagai negara kepulauan dengan keindahan alam, keragaman budaya serta suku, dan berbagai keunggulan lainnya menyebabkan negara Indonesia memiliki potensi pariwisata yang harus terus dikembangkan. Lombok Tengah merupakan salah satu kabupaten di Indonesia yang masuk dalam destinasi super prioritas dengan adanya The Mandalika. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat daya tarik objek wisata pantai berdasarkan fasilitas serta aksesibilitas, dan menganalisis hubungan antara tingkat daya tarik objek wisata pantai di Kabupaten Lombok Tengah dengan motivasi dan kepuasan wisatawan. Data primer bahwa objek wisata di Kabupaten Lombok Tengah terbagi menjadi 2 klasifikasi yaitu sedang dan tinggi. Objek wisata pantai yang termasuk dalam tingkat daya tarik tinggi yaitu Pantai Kuta Mandalika. Sementara itu, untuk tingkat daya tarik sedang yaitu Pantai Tanjung didapatkan melalui kuesioner, observasi lapangan, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder menggunakan studi pustaka dan badan instansi yang terkait. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis keruangan dan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan Aan dan Pantai Selong Belanak. Hubungan tingkat daya tarik objek wisata dengan motivasi dan kepuasan wisatawan di Kabupaten Lombok Tengah berbeda-beda. Tingkat daya tarik tinggi yaitu Pantai Kuta Mandalika mendominasi motivasi sosial, sedangkan tingkat daya tarik sedang tapi memiliki motivasi wisatawan yang berbeda seperti Pantai Tanjung Aan dengan motivasi status dan Pantai Selong Belanak dengan motivasi fisik. Klasifikasi tingkat daya tarik baik tinggi maupun sedang pada objek wisata pantai di Kabupaten Lombok Tengah memberikan rata-rata kepuasan yang sama yaitu "Puas". Maka tingkat daya tarik dengan suatu objek wisata tidak selalu mempengaruhi motivasi dan kepuasan wisatawannya.

.....Indonesia as an archipelagic country with natural beauty, cultural and ethnic diversity, and various other advantages causes Indonesia to have tourism potential that must continue to be developed. Central Lombok Regency is one of the districts in Indonesia which is included in the super priority destination with The Mandalika. This study aims to analyze the level of attractiveness of beach tourism objects based on facilities and accessibility, and analyze the relationship between the level of attractiveness of beach tourism objects in Central Lombok Regency with tourist motivation and satisfaction. Primary data was obtained through questionnaires, field observations, and documentation, while secondary data used literature and related agency bodies. The analytical method used in this research is spatial analysis and descriptive analysis. The results of the study show that tourism objects in Central Lombok Regency are divided into 2 classifications, namely medium and high. A beach tourism object that is included in the high level of attractiveness is Kuta Mandalika Beach. Meanwhile, for the moderate level of attractiveness, namely Tanjung Aan Beach and Selong Belanak Beach. The relationship between the level of attractiveness of tourist objects and the motivation and satisfaction of tourists in Central Lombok Regency is different. The level of attractiveness is high, namely Kuta Mandalika Beach dominates social motivation, while the level of attractiveness is

medium but has different tourist motivations such as Tanjung Aan Beach with status motivation and Selong Belanak Beach with physical motivation. The classification of attractiveness levels, both high and medium, for beach tourism objects in Central Lombok Regency gives the same average satisfaction, namely "Satisfied". So the level of fascination with a tourist attraction does not always affect the motivation and satisfaction of tourists.