

**PERSEPSI WISATAWAN BALI TERHADAP SAPTA PESONA,  
SUSTAINABILITY DAN KEPUASAN BERWISATA DI THAILAND**

**I Made Bayu Wisnawa\*<sup>1</sup>**  
kerjabayu@gmail.com

**I Ketut Sutapa\*<sup>2</sup>**

**Putu Agus Prayogi\*<sup>3</sup>**

**Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya Bali**

**ABSTRACT**

*This study aims to: (i) Know the perceptions of Balinese tourists towards sapta charm, Sustainability and satisfaction, (ii) examine the influence of sapta charm on sustainability, (iii) examine the effect of this study using the SEM-PLS method with the Smart PLS 3.0 Program, with the number a sample of 66 people. The results showed that (i) tourist perceptions tended towards the application of sapta enchantment, Sustainability and tourist satisfaction in Thailand, (ii) enchantment sapta had a positive influence on sustainability, (iii) towards satisfaction and (iv) Sustainability did not support in mediating the relationship between sapta enchantments charm with the satisfaction of traveling in Thailand.*

**Keywords: Sapta Pesona, Sustainability, Visitor Satisfaction**

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Sapta Pesona merupakan program pemerintah Indonesia yang telah berhasil diterapkan untuk meningkatkan kinerja kepariwisataan. Program ini dimulai pada dekade 90an pada jaman orde baru. Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi pada saat itu Bapak Soesilo Sudarman dibantu Bapak Joop Ave sebagai Dirjen Pariwisata tidak henti-hentinya mendengungkan Sapta Pesona yang terdiri dari: (i)

aman, (ii) tertib, (iii) bersih, (iv) sejuk, (v) ramah, (vi) indah dan (viii) kenangan. Program Sapta Pesona sempat kurang terdengar semenjak pergantian orde baru ke orde reformasi, namun saat ini di era pemerintahan Bapak Joko Widodo, Program Sapta Pesona kembali disosialisasikan, mengingat keberhasilannya di masa lalu dalam menyadarkan masyarakat Indonesia untuk sadar wisata. Keberwujudan Sapta Pesona pada setiap destinasi wisata akan mampu memberikan



kualitas berwisata yang nyaman. Di Bali, Program Sapta Pesona mendapat tempat di hati masyarakat dan sering disosialisasikan kepada masyarakat dalam berbagai kesempatan oleh akademisi dan pemerintah.

Kepariwisataan yang dikembangkan tidak terlepas dari dampak negatif yang dapat menghancurkan masa depan sebuah destinasi wisata. Agar pengembangan kepariwisataan dapat memberikan manfaat terus menerus kepada generasi penerus, maka perlu diperhatikan aspek *Sustainability* (keberlanjutan). Pengembangan kepariwisataan berkelanjutan (*sustainable tourism development*) akan terwujud apabila terjadi keseimbangan pada: (i) ekonomi, (ii) sosial-budaya, (iii) lingkungan.

Kepuasan wisatawan merupakan hal yang tidak dapat ditawar lagi, karena melalui kepuasan yang diperoleh wisatawan akan datang lagi dan menceritakan kepada kerabatnya. Harapan wisatawan kepada sebuah destinasi wisata sungguh besar, sehingga wisatawan mau mengeluarkan biaya

yang besar demi mendapatkan pengalaman yang indah pada saat melakukan aktifitas wisata.

Thailand merupakan salah satu negara yang menjadi tujuan wisata dunia. Negeri Gajah Putih ini memiliki berbagai macam daya tarik wisata yang membuat wisatawan asing tertarik untuk mengunjunginya. Negeri Siam ini merupakan laboratorium hidup bagi pengembangan ilmu pariwisata. Akhir-akhir ini, banyak sekolah-sekolah pariwisata khususnya pada jenjang perguruan tinggi melakukan *study tour* ke negeri ini. Kewajiban Perguruan Tinggi Pariwisata adalah mengembangkan ilmu pariwisata, salah satunya melalui kegiatan penelitian. Demikian juga Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya, selanjutnya disingkat (STIPAR) Triatma Jaya. Pada saat *study tour* Tahun 2019, Dosen dan Mahasiswa STIPAR Triatma Jaya memilih Thailand sebagai destinasi. Daya tarik wisata yang dikunjungi antara lain : *floating market, Nong Nooch, Laser Budha, MBK Mall, Wat Arun Temple, Night Market*, dan *Pataya*. Pengujian terhadap Sapta Pesona



sebagai konsep asli Indonesia dengan variabel lainnya, seperti *sustainability* dan kepuasan berwisata yang merupakan konsep global diharapkan akan memperkaya kajian mengenai Sapta Pesona dan di masa depan dapat dikembangkan sebagai sebuah teori.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah persepsi wisatawan Bali terhadap sapta pesona, *Sustainability* dan kepuasan di Thailand ?
2. Bagaimanakah pengaruh sapta pesona terhadap *Sustainability* di Thailand?
3. Bagaimanakah pengaruh sapta pesona terhadap kepuasan berwisata Bali di Thailand?
4. Bagaimanakah pengaruh *Sustainability* terhadap kepuasan berwisata Bali di Thailand?
5. Apakah *Sustainability* memediasi pengaruh sapta pesona terhadap kepuasan berwisata Bali di Thailand?

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui persepsi wisatawan Bali terhadap sapta pesona, *Sustainability* dan kepuasan, di Thailand
2. Mengkaji pengaruh Sapta Pesona terhadap *Sustainability* di Thailand
3. Mengkaji pengaruh Sapta Pesona terhadap kepuasan berwisata di Thailand
4. Mengkaji pengaruh *Sustainability* terhadap kepuasan berwisata di Thailand
5. Mengkaji peranan *Sustainability* dalam memediasi pengaruh Sapta Pesona terhadap kepuasan berwisata Bali di Thailand

#### **Urgensi penelitian**

Penelitian ini penting dilakukan dalam mengembangkan ilmu pariwisata, di mana konsep Sapta Pesona merupakan konsep yang digunakan dalam mengembangkan kepariwisataan di Indonesia yang berasal dari budaya Indonesia, oleh karena itu pengujian konsep ini di luar Indonesia merupakan hal yang penting untuk dilakukan, sehingga ke depan Konsep Sapta Pesona dapat diterima di seluruh dunia dan bermanfaat.



*Sustainability* merupakan hal yang mendasar dalam pengembangan pariwisata sehingga dapat memberikan manfaat secara berkelanjutan untuk generasi mendatang. Kepuasan berwisata merupakan konsep yang mendasar karena menjamin terjadinya *repeat business*.

### **LANDASAN TEORI**

Pariwisata merupakan sekumpulan aktifitas orang-orang untuk bersenang-senang, tidak untuk bekerja atau mencari nafkah yang dilakukan dengan kegiatan perjalanan dari tempat asalnya ke tempat bukan asalnya (Damanik dan Weber, 2006). Perjalanan yang dilakukan dalam aktifitas bersenang-senang tersebut tentunya membutuhkan sarana dan prasana yang disiapkan oleh pemerintah, masyarakat dan pengusaha (Wisnawa, dkk 2019). Persepsi (Nuryanti, 1993) merupakan sebuah proses pemaknaan terhadap fenomena, gejala, fakta yang terjadi yang diterima oleh indera manusia. Sementara itu, persepsi sosial merupakan sebuah proses pengindraan sehingga individu

memiliki penilaian terhadap orang lain atau sekelompok orang. Sapta pesona merupakan sebuah konsep dalam mengembangkan kepariwisataan di Indonesia pada Tahun 1990 (Rahmawati, 2017). Keberhasilan Sapta Pesona sangat terasa di Bali, di mana saat itu jumlah wisatawan yang datang ke Bali sungguh meningkat drastis. Kawasan Nusa Dua, Jimbaran dan Kuta merupakan bukti keberhasilan penerapan Sapta Pesona yang mampu meningkatkan kuantitas wisatawan yang datang. Konsep ini dirasakan mampu menghadirkan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan, yang berujung kepada kepuasan dan loyalitas. Sapta Pesona memiliki tujuh indikator, yaitu : Aman, Tertib, Bersih, Senyum, Indah, Ramah dan Kenangan (Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.5/UM.209/MPPT-89). Ketujuh indikator ini harus mampu diciptakan oleh segenap stakeholder pariwisata . Pariwisata berkelanjutan, merupakan sebuah teori yang memberikan solusi untuk mengatasi berbagai macam permasalahan dalam pengembangan kepariwisataan. Tiga pilar



pengembangan pariwisata berkelanjutan yaitu: komunitas (sosial-budaya), ekonomi dan lingkungan merupakan tiga hal yang harus selalu diperhatikan dalam pengembangan kepariwisataan (Law et al 2016).

### **KAJIAN EMPIRIS**

Penelitian mengenai Sapta Pesona pada umumnya berkaitan dengan unsur keberlanjutan (*sustainability*) dan kepuasan wisatawan. Prabowo (2015) melakukan mengenai pengevaluasian penerapan Program Sapta Pesona untuk meningkatkan kepuasan berwisata di Sumedang, Jawa Barat. Berdasarkan hasil penelitian didapati bahwa terdapat tiga unsur yang dinilai belum mencapai tingkat kepuasan berwisata yaitu unsur kebersihan, keramahan dan kenangan. Di sisi lain, terdapat item-item yang berpotensi untuk ditingkatkan kinerjanya seperti bersikap sebagai tuan rumah yang baik serta selalu membantu wisatawan, memberikan senyum yang tulus dan menyajikan makanan dan minuman khas lokal

Wisnawa, Wijayanti dan Saharjo (2019) melakukan penelitian mengenai persepsi masyarakat lokal Sangeh terhadap perilaku wisatawan Cina dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan melalui pendekatan Sapta Pesona. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat lokal cenderung ragu dan tidak setuju apabila kedatangan wisatawan Cina menunjang Sapta Pesona dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan.

Syahputra, R., Silfeni, S., & Abrian, Y. (2018) meneliti tentang kepuasan wisatawan terhadap penerapan Sapta Pesona di objek wisata Pantai Air Manis Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 44,68% wisatawan merasakan sangat puas, 34,04% kurang puas dan 21,28% tidak puas terhadap keberwujudan Sapta Pesona di Pantai Air Manis, Padang.

Edy Waluyo, J. (2013) melakukan studi mengenai implementasi Sapta Pesona pada usaha pariwisata di Kota Bandung. Sapta Pesona di hotel lebih baik dibandingkan dengan kategori usaha pariwisata lainnya, sedangkan unsur-



unsur Sapta Pesona yang terbilang buruk adalah unsur-unsur Kenangan dan Kesejukan, di sisi lain, rumah makan secara keseluruhan merupakan jenis usaha pariwisata yang pelaksanaan Sapta Pesonanya paling buruk.

Dewi, Fandeli dan Baiquni (2013) melakukan penelitian di Desa Jati Luwih Bali yang bertujuan membentuk model pengembangan desa wisata berbasis masyarakat lokal. Dalam model pengembangan yang dibuat memasukkan peran Sapta Pesona untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dan keberlanjutan pariwisata. Model ini melibatkan segenap *stake holder* untuk berperan aktif.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik SEM-PLS menggunakan Program Smart PLS Versi 3.0. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 66 orang wisatawan Bali yang berkunjung ke Thailand pada bulan Mei 2019.

Ada tiga variabel yang digunakan, yakni : (i) Variabel *Laten Predictor*, yakni Sapta Pesona (X1),

(ii) Variabel *Laten Mediator*, yakni *Sustainability* (X2) dan (iii) Variabel *Laten Criterion* (Y), yakni Kepuasan Wisatawan,

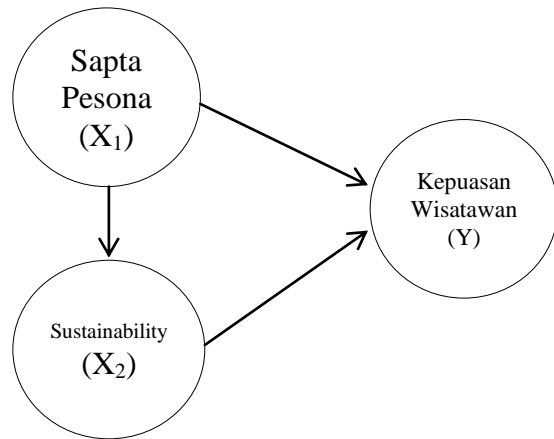
Variabel *manifest* (indikator) adalah sebagai berikut: (i) Sapta Pesona: aman, tertib, bersih, sejuk, ramah, indah, kenangan (Rahmawati, 2017; Wisnawa, 2019; Dewi, 2013), (ii) *Sustainability*: ekonomi, sosial budaya, lingkungan (Wisnawa, 2019; Law et al, 2016) dan (iii) Kepuasan: harapan terpenuhi, ingin datang lagi, merekomendasikan, keputusan yang tepat, membela (Wisnawa, 2018).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang valid dan reliabel, karena sudah diuji validitas dan reliabilitasnya kepada 30 responden terlebih dahulu, selanjutnya pada tahapan analisis SEM (Ghozali, 2015) dapat dijelaskan sebagai berikut:

(i) konseptualisasi model, (ii) menentukan metode analisis *algorithm*, (iii) menentukan metode *resampling*, (iv) menggambar diagram jalur, dan (v) evaluasi model.

## Model Konseptual

**Gambar 1**  
**Model Konseptual**



Keterangan :  
X<sub>1</sub> berperan sebagai Prediktor  
X<sub>2</sub> sebagai Mediator dan  
Y sebagai Criterion

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil analisis dan pembahasan dalam mengkaji persepsi wisatawan Bali terhadap Sapta Pesona, *Sustainability* dan Kepuasan Berwisata di Thailand

### Karakteristik Responden

Keseluruhan responden rata-rata berusia 20 tahun, jenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang, dan perempuan 34 orang dari Program Pendidikan Diploma Tiga jurusan Pariwisata dan Perhotelan. Biaya yang diperlukan selama melaksanakan wisata ke Thailand sekitar Rp.8.000.000 sampai Rp.10.000.000. wisatawan sebagai responden yang berasal dari Bali 42 orang, dari luar Bali 24 orang.

### Persepsi wisatawan Bali terhadap sapta pesona, *Sustainability* dan kepuasan, di Thailand

Pada Tabel 1, 2 dan 3 dapat dilihat persepsi wisatawan Bali terhadap Sapta Pesona di Thailand. Persepsi wisatawan Bali menunjukkan sikap cenderung setuju bahwa Sapta Pesona sudah diterapkan dengan baik, dengan skor 3,65 (Tabel 1). Wisatawan Bali setuju bahwa Thailand adalah destinasi wisata yang aman (skor 4,2), memiliki sesuatu yang dapat dikenang (skor 4,00). Sebagian besar wisatawan meragukan Thailand sebagai destinasi wisata yang sejuk (skor 3,03), hal ini disebabkan karena Thailand beriklim tropis, dan kurang didukung keberadaan pohon-

pohon perindang yang dapat menyejukkan suasana.

**Tabel 1**  
**Persepsi wisatawan Bali terhadap Sapta Pesona di Thailand**

No	Unsur Sapta Pesona	Skor
1	Aman	4,02
2	Tertib	3,76
3	Bersih	3,42
4	Sejuk	3,03
5	Ramah	3,91
6	Indah	3,44
7	Kenangan	4,00
	Rata-rata	3,65

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Wisatawan Bali memiliki persepsi cenderung setuju apabila Thailand akan mampu mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan (Tabel 2) dengan skor rata-rata 3,69. Dari sisi ekonomi, wisatawan Bali melihat bahwa keberadaan pariwisata di Thailand mampu menggerakkan perekonomian masyarakat (skor 3,88) dan sosial budaya (skor 3,73). Namun dari sisi lingkungan, sikap wisatawan Bali cenderung ragu-ragu menilai bahwa pariwisata Thailand mampu menjaga kelestarian lingkungan. Hal ini disebabkan karena selama berwisata di Thailand masih ditemui adanya sampah plastik

dan kemacetan lalu-lintas, meskipun belum separah di Bali.

**Tabel 2**  
**Persepsi wisatawan Bali terhadap Sustainability di Thailand**

No	Unsur Sustainability	Skor
1	Ekonomi	3,88
2	Sosial Budaya	3,73
3	Lingkungan	3,47
	Rata-rata	3,69

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Persepsi wisatawan Bali terhadap kepuasan berwisata di Thailand cenderung setuju (skor rata-rata 3,86). Kepuasan dilihat dari sikap wisatawan yakni: (i) keputusan tepat memilih Thailand dengan skor 3,98. (ii) merekomendasikan kepada kolega, skor 3,94, (iii) ingin datang lagi, skor 3,86, (iv) meluruskan penilaian negatif dengan skor 3,80 dan (v) harapan terpenuhi dengan skor 3,71.

**Tabel 3**  
**Persepsi Wisatawan Bali terhadap Kepuasan Berwisata di Thailand**

No	Kepuasan	Skor
1	Harapan sudah terpenuhi	3,71
2	Ingin datang lagi	3,86
3	Merekomendasikan	3,94
4	Keputusan yang tepat	3,98
5	Meluruskan penilaian negatif	3,80
	Rata-rata	3,86

Sumber: Hasil Penelitian, 2019



Persepsi wisatawan Bali terhadap kepuasan berwisata di Thailand dapat dilihat pada ekspresinya pada Gambar 2 berikut :

**Gambar 2**  
**Ekspresi Wisatawan Bali saat Berwisata di Thailand**



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2019

### Evaluasi Outer Model

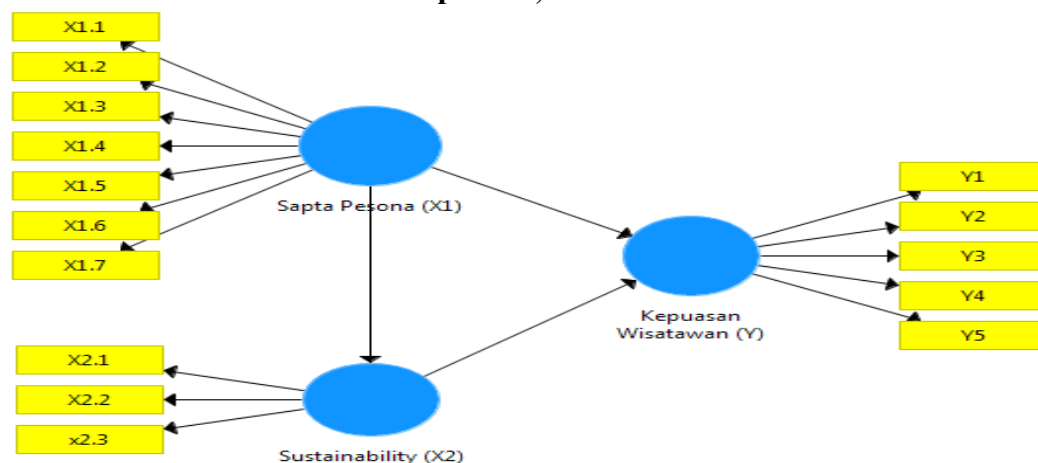
Abdillah dan Jogiyanto (2015) menyatakan bahwa evaluasi *outer*

model digunakan untuk melakukan purifikasi agar model penelitian dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal, yang meliputi (i) uji validitas *konvergen*, dengan *cut of point* lebih dari 0,7 untuk *factor loading*; lebih dari 0,5 untuk AVE (*Average Variance Extracted*) dan *communality*; (ii) uji validitas diskriminan, dengan *cut of point* akar AVE lebih besar dari korelasi variabel laten dan nilai *cross loading* lebih besar dari 0,7 dalam satu variabel.

### Uji Validitas Konvergen

Gambar 3, 4, 5 dan 6 serta Tabel 4 menunjukkan tahapan uji validitas konvergen

**Gambar 3**  
**Model Awal Persepsi Wisatawan Bali terhadap sapta pesona, Sustainability dan kepuasan, di Thailand**

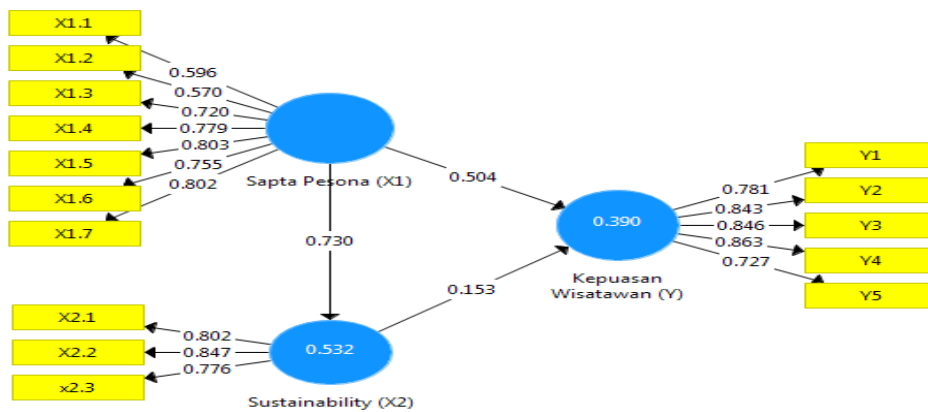


Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Gambar 3 menunjukkan model awal, dimana Sapta Pesona (X1) terdiri dari tujuh indikator reflektif, Sustainability (X2) terdiri

dari tiga indikator reflektif dan Kepuasan Wisatawan (Y) terdiri dari lima indikator reflektif

**Gambar 4**  
**Hasil Uji Outer Model Tahap I**

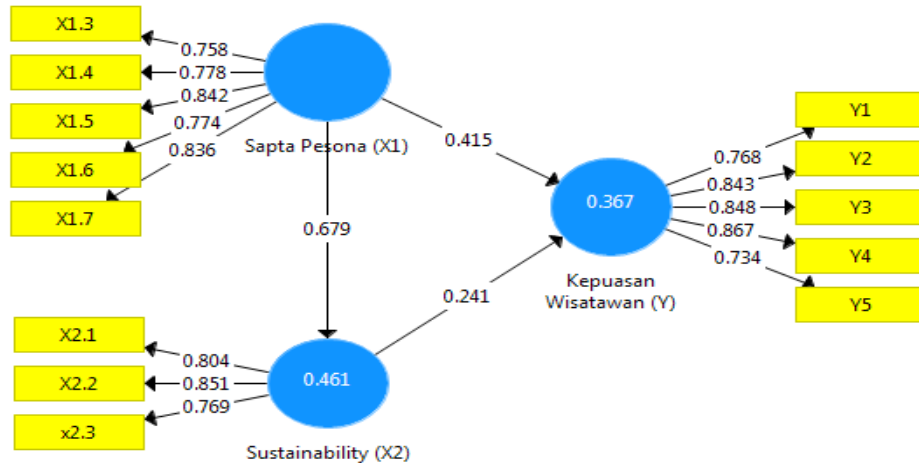


Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Gambar 4 menunjukkan bahwa item X1.1 ( nilai faktor loading = 0,596) dan X1.2 (nilai faktor loading = 0,570) memiliki nilai faktor loading dibawah 0,7. Oleh karenanya

kedua indikator tersebut harus dihapus dari model. Selanjutnya dilakukan pengulangan uji outer model, seperti pada Gambar 5

**Gambar 5**  
**Hasil Uji Outer Model Setelah Mengeliminasi Indikator X1.1 dan X1.2**



Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Gambar 5 menunjukkan bahwa keseluruhan indikator memiliki nilai faktor loading diatas 0,7 sehingga proses evaluasi selanjutnya dapat dilakukan. Tabel 4 dan Gambar 6 menunjukkan bahwa nilai AVE berada di atas 0,5 sehingga dapat dikatakan model penelitian ini sudah

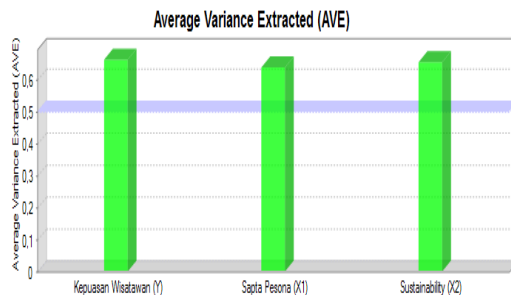
memenuhi syarat validitas konvergen.

**Tabel 4**  
**Nilai AVE**

No	Konstruk	AVE
1	Sapta Pesona	0,662
2	Sustainability	0,637
3	Kepuasan Wisatawan	0,654

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

**Gambar 6**  
**Nilai AVE dalam Bentuk Grafik**



Sumber : Hasil Penelitian, 2019

### Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dapat dilihat pada Gambar 7 dan Tabel 5 berikut :

**Gambar 7**  
**Akar Kuadrat AVE dan Korelasi antar Konstruk Laten**  
**Discriminant Validity**

	Kepuasan Wisatawan (Y)	Sapta Pesona (X1)	Sustainability (X2)
Kepuasan Wisatawan (Y)	0.814		
Sapta Pesona (X1)	0.579	0.798	
Sustainability (X2)	0.524	0.679	0.809

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Dari Gambar 7 terlihat bahwa nilai akar kuadrat dari AVE (0,814; 0,798 dan 0,809 lebih besar dari

korelasi masing-masing konstruk. Metode lain yang dapat digunakan untuk menguji validitas diskriminan

adalah dengan melihat *cross loading*, seperti pada Tabel 5

**Tabel 5**  
**Cross Loading**

No	Indikator	Kepuasan Wisatawan (Y)	Sapta Pesona (X1)	Sustainability (X2)
1	X1.3	0,3845	0,7579	0,5746
2	X1.4	0,4651	0,7778	0,4944
3	X1.5	0,391	0,8423	0,5791
4	X1.6	0,4607	0,7743	0,4361
5	X1.7	0,5878	0,8357	0,6075
6	X2.1	0,495	0,4433	0,804
7	X2.2	0,4425	0,5757	0,8515
8	X2.3	0,3362	0,6209	0,7685
9	Y1	0,7682	0,4594	0,3756
10	Y2	0,8429	0,5053	0,3622
11	Y3	0,8478	0,4584	0,4152
12	Y4	0,8668	0,444	0,4352
13	Y5	0,734	0,4786	0,5218

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

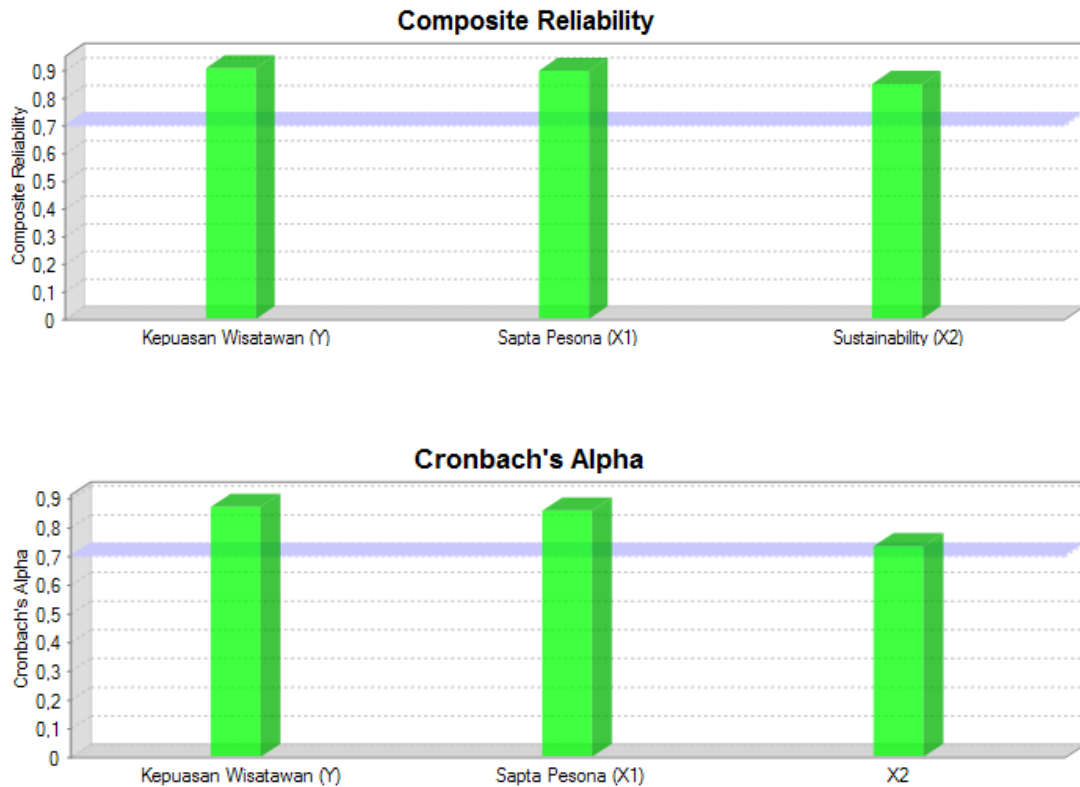
Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai loading dari masing-masing indikator terhadap konstruksya lebih besar dari pada nilai *cross loading* nya. Dari hasil analisa *cross loading* tampak bahwa tidak terdapat permasalahan *discriminant validity*. Untuk memastikan bahwa tidak ada masalah terkait pengukuran maka langkah terakhir dalam evaluasi

outer model adalah menguji unidimensionalitas dari model (Ghozali, 2015). Uji unidimensionality dilakukan dengan menggunakan indikator *Composite reliability* dan *alpha cronbach*. Untuk kedua indikator ini titik *cut-off value* adalah 0,7.

**Gambar 8**  
**Composite Reliability**

**Construct Reliability and Validity**

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	>>2	Copy to Clipboard:
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
Kepuasan Wisa...	0.871	0.871	0.907	0.662
Sapta Pesona (...)	0.858	0.865	0.898	0.637
X2	0.734	0.737	0.850	0.654



Sumber : Hasil Penelitian, 2019

### Evaluasi *Inner Model*

Evaluasi *inner model* dapat dilakukan dengan tiga cara. Ketiga cara tersebut adalah dengan melihat dari  $R^2$  (R-Square),  $Q^2$  (*Predictive Relevance*) (Ghozali,2015) dan *Goodness of Fit* (GoF) (Tenenhaus, 2005).

Gambar 9 menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,367 dan 0,461 dengan rata-rata 0,4142 (Tabel 6) hal

ini berarti variasi perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan variabel independen adalah sebesar 41,42% atau dapat dikatakan model adalah moderat (Chin,1998), karena skor berada pada kisaran 0,33 dan 0,67, namun demikian nilai *R Square* bukanlah nilai absolut dalam menentukan model fit atau tidak (Abdillah dan Jogiyanto, 2015).

**Gambar 9**  
**Nilai R Square**

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjus...
Kepuasan Wisatawan (Y)	0.367	0.347
Sustainability (X2)	0.461	0.453

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Untuk melihat nilai  $Q^2$  (*predictive relevance*), digunakan rumus (Hussein, 2015) :

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2) (1 - R2^2) \dots (1 - Rp^2)$$

...  
 $Q^2 = 1 - (1 - 0,367)(1 - 0,461)$   
 $Q^2 = 0,6588$   
 Nilai  $Q^2 > 0$ , yang berarti model memiliki *predictive relevance* (Ghozali, 2015)

**Tabel 6**  
**Goodness of Fit Indexes**

No	Variabel	Communality	R Square
1	Kepuasan Wisatawan (Y)	0,6619	0,3671
2	Sapta Pesona (X1)	0,6374	0
3	X2	0,654	0,4612
4	Rata-rata	0,6511	0,41415
5	GOF	<b>0,5193</b>	

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Untuk mengetahui nilai GoF, digunakan informasi pada Tabel 6, sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{GoF} &= \sqrt{\text{average communalities} \times \text{average R Square}} \\ &\dots\dots\text{Ghozali}(2015) \\ &= \sqrt{0,6511 \times 0,41415} \\ &= 0,5193 \end{aligned}$$

GoF = 0,5193 Menurut Tenenhaus (2005), nilai GoF small = 0,1, GoF medium = 0,25 dan GoF besar = 0,38. Dari pengujian  $R^2$ ,  $Q^2$  dan GoF terlihat bahwa model yang dibentuk memiliki nilai yang layak, sehingga pengujian hipotesa dapat dilakukan.

### Pengujian Hipotesis

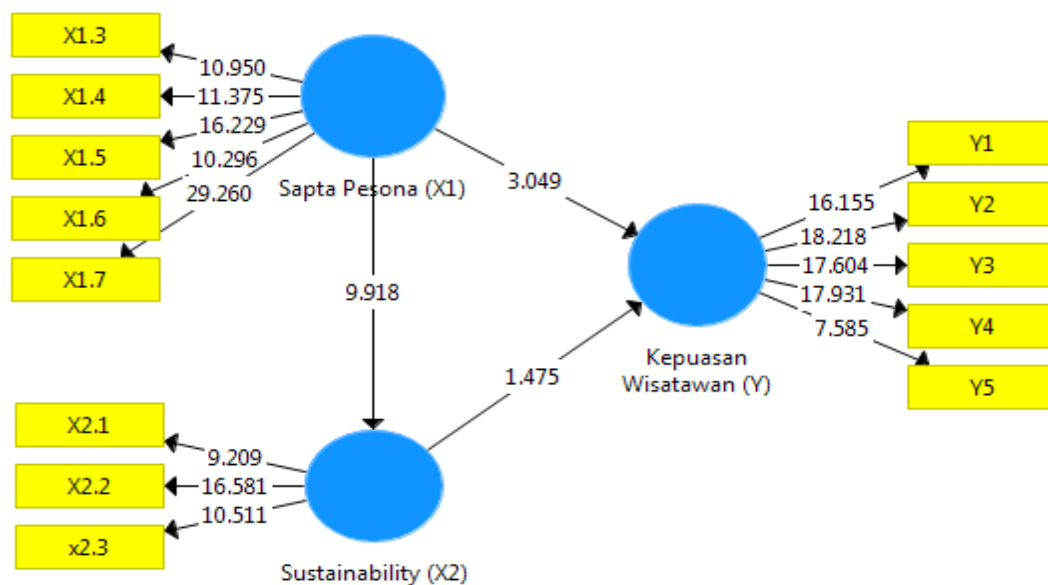
Untuk pengujian Hipotesa dilakukan dengan melakukan *bootstrap* 500 sub sampel (Ghozali, 2015) dan melihat nilai probabilitas nya dan t-statistik nya. Untuk nilai probabilitas, nilai *p-value* dengan alpha 5% adalah kurang dari 0,05. Nilai t-tabel untuk *alpha* 5% adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan Hipotesa adalah ketika t-statistik > t-tabel (Hussein, 2015, Abdilah dan Jogiyanto, 2015, Ghozali,2015). Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada Gambar 10.

Gambar 10

Path Coefficients

Path Coefficients

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	T Statistics ( O...	P Values
Sapta Pesona (X1) -> Kepuasan Wisatawan (Y)	0.415	0.445	3.049	0.002
Sapta Pesona (X1) -> Sustainability (X2)	0.679	0.687	9.918	0.000
Sustainability (X2) -> Kepuasan Wisatawan (Y)	0.241	0.216	1.475	0.141



Sumber : Hasil Penelitian, 2019

**Pengaruh Sapta Pesona terhadap Sustainability di Thailand**

Berdasarkan Gambar 10, dapat dilihat nilai *t-statistic* pengaruh Sapta Pesona (X1) terhadap Sustainability sebesar 9,918 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000, dengan koefisien jalur sebesar 0,687, oleh karena nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka Sapta Pesona berpengaruh secara

nyata terhadap Sustainability di Thailand. Hal ini berarti, semakin ditingkatkan upaya mewujudkan Sapta Pesona, maka kepariwisataan di Thailand akan semakin terjamin keberlanjutannya.

**Pengaruh Sapta Pesona terhadap Kepuasan Wisatawan Bali di Thailand**

Pada Gambar 10, nilai *t-statistic* pengaruh Sapta Pesona (X1)

terhadap Kepuasan Wisatawan Bali (Y) sebesar 3,049 dengan nilai *p-value* sebesar 0,002, dengan koefisien jalur sebesar 0,445, oleh karena nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka Sapta Pesona berpengaruh secara nyata terhadap Kepuasan Wisatawan Bali di Thailand. Hal ini berarti, semakin ditingkatkan upaya mewujudkan Sapta Pesona, maka akan semakin meningkatkan Kepuasan Wisatawan Bali yang berwisata ke Thailand.

#### **Pengaruh *Sustainability* terhadap kepuasan wisatawan Bali di Thailand**

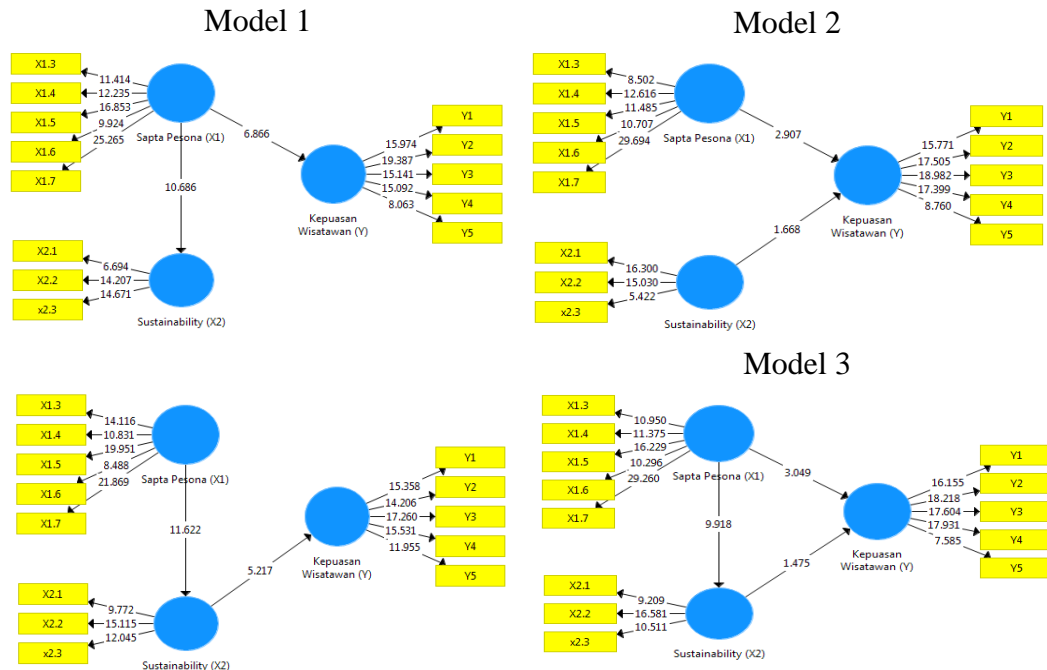
Nilai *t-statistic* pengaruh *Sustainability* ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) dapat dicermati pada Gambar 10, sebesar 1,475 dengan nilai *p-value* sebesar 0,141, di mana koefisien jalur sebesar 0,216, oleh karena nilai *t-statistic* lebih kecil dari 1,96 dan *p-value* lebih kecil besar 0,05 maka *Sustainability* tidak berpengaruh secara nyata terhadap Kepuasan Wisatawan Bali yang berwisata ke Thailand.

#### **Peranan *Sustainability* dalam memediasi pengaruh sapta pesona terhadap kepuasan wisatawan Bali di Thailand**

Peranan *Sustainability* sebagai variabel mediasi dapat diketahui dengan menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny (1986) dalam Ghozali (2015), yaitu : (i) model pertama, menguji pengaruh variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen (Y) dan harus signifikan pada *t-statistik* > 1,96; (ii) model kedua, menguji pengaruh variabel eksogen (X) terhadap variabel mediasi (M) dan harus signifikan pada *t-statistik* > 1,96, (iii) model ketiga, menguji secara simultan pengaruh variabel eksogen (X) dan mediasi (M) terhadap variabel endogen (Y). Pada pengujian tahap terakhir diharapkan pengaruh variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen (Y) tidak signifikan, sedangkan variabel pengaruh variabel mediasi (M) terhadap variabel endogen (Y) harus signifikan pada *t-statistik* > 1,96.



**Gambar 11**  
**Uji Mediasi**



Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Hasil uji mediasi berdasarkan prosedur Baron dan Kenny, dapat dilihat pada Gambar 11. Model 1 dan 2 memenuhi persyaratan. Namun pada model 3, pada saat uji pengaruh secara bersamaan, di mana Septa Pesona (X1) berpengaruh terhadap *Sustainability* (X2/ Mediator), namun *Sustainability* (X2/ Mediator) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) dengan t-hitung sebesar  $1,475 < 1,96$ , dengan demikian dapat dikatakan *Sustainability* tidak memediasi

hubungan antara Septa Pesona dengan Kepuasan Wisatawan.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi wisatawan Bali terhadap Septa Pesona, *sustainability* dan kepuasan berwisata di Thailand adalah cenderung setuju bahwa ketiga variabel tersebut ada dan dapat dirasakan, namun belum optimal.



2. Sapta pesona berpengaruh terhadap *sustainability* di Thailand
3. Sapta pesona berpengaruh terhadap kepuasan berwisata di Thailand
4. *Sustainability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan berwisata di Thailand.
5. *Sustainability* tidak memediasi pengaruh sapta pesona terhadap kepuasan berwisata bagi wisatawan Bali di Thailand.

#### IMPLIKASI PENELITIAN

Secara teoritis hasil penelitian ini memperkaya kajian pada Ilmu Pariwisata, khususnya pada bidang Manajemen Pemasaran Pariwisata, di mana Sapta Pesona dan *Sustainability* menjadi anteseden dalam membentuk konstruk Kepuasan Wisatawan. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran kepada *stakeholder* pariwisata di Thailand dalam meningkatkan pengelolaan pariwisata, sehingga dapat meningkatkan kepuasan wisatawan,

khususnya yang berasal dari Indonesia

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto.2015. Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta : Andi
- Chin, W.W.1998. The Partial Least Square Approach for Structural Equation Modeling. In F.A. Marcoulides (Ed.), Modern Methods for Business Research (pp.295-236). London : Lawrence Erlbaum Associates.
- Damanik, Janianton dan Weber, Helmut.2006. Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi. Yogyakarta : Puspar UGM dan Andi
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. Jurnal Kawistara, 3(2).
- Edy Waluyo, J. (2013). Implementasi Sapta Pesona Pada Usaha Pariwisata Di Kota Bandung. <http://repository.stp-bandung.ac.id/handle/123456789/325>
- Ghozali, Imam. 2015. Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS3.0 untuk

- Penelitian Empiris. Semarang : Badan Penerbit UNDIP
- Hussein, A.S.2015. Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan Smart PLS 3.0. Modul Ajar. Malang : Universitas Brawijaya
- Law, A., De Lacy, T., Lipman, G., & Jiang, M. (2016). Transitioning to a green economy: the case of tourism in Bali, Indonesia. *Journal of Cleaner Production*, 111, 295–305.doi:10.1016/j.jclepro.2014.12.070
- Nuryanti, Wiendu. 1993. Concept, Perspective and Challenges, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.5/UM.209/MPPT-89 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona.
- Prabowo, M. S. (2015). Evaluasi Penerapan Program Sapta Pesona Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di Wisata Alam Pangjujungan Kabupaten Sumedang: studi persepsi wisatawan (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Rahmawati, 2017. Penerapan Sapta Pesona pada Desa Wisata (Analisis Persepsi Wisatawan atas Layanan Penyedia Jasa di Kampung Wisata Kungkuk, Desa Punten, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 50 No.2* 195-202
- Syahputra, R., Silfeni, S., & Abrian, Y. 2018 . Analisis Kepuasan Wisatawan Tentang Penerapan Sapta Pesona Di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang. *E-Journal Home Economic and Tourism*, 14(1).
- Tenenhaus, M. Et al. 2005. PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1): 159-364.
- Wisnawa, I. M. B. 2018. Brand Loyalty at Chain Hotel in Denpasar. *E-Journal of Tourism*, 1-8.
- Wisnawa, I. M. B., Saharjo, S. J., & Wijayanti, A. R. 2019. Persepsi Masyarakat Terhadap Perilaku Wisatawan Cina Terhadap Keberlanjutan Pariwisata Bali Dengan Pendekatan Sapta Pesona. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 14(1).
- Wisnawa, IMB.,Prayogi, PA.,dan Sutapa, IK.2019. Manajemen Pemasaran Pariwisata : Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata di Kawasan Pedesaan. Yogyakarta:Deepublish.



Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya  
I Made Bayu Wisnawa, I Ketut Sutapa, Putu Agus Prayogi

Wisnawa, I.M.B., Prayogi.,I.P.A.,  
Sumerta.,I.K.E and Aristana,  
I.N. 2018. Customer Brand  
Loyalty at Bali Art Festival.  
International Journal of  
Multidisciplinary and  
Educational Research  
(IJMER). Vol 7, Issue 8 (2)  
pp.282-301.

[http://s3-ap-southeast  
1.amazonaws.com/ijmer/](http://s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/ijmer/)