



PENGARUH KUALITAS *NIGHTLIFE ATTRACTION* TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAWASAN PRAWIROTAMAN

Nur Asriatul Kholifah⁽¹⁾, Bakti Setiawan⁽²⁾, Bambang Sunaryo⁽³⁾

(1) *Fakultas Teknik, Universitas Mulawarman*
nurasriak@gmail.com

(2) *Jurusan Teknik Arsitektur, Universitas Gadjah Mada*
bobi.setiawan@yahoo.com

(3) *Fakultas Ilmu Budaya dan Sosial Politik, Universitas Gadjah Mada*
bambangsunaryo@gmail.com

Submitted : 11 March 2020 Revised: 6 April 2020
Accepted : 10 April 2020

ABSTRAK

Nightlife attraction merupakan komponen produk wisata yang penting tetapi kurang mendapat perhatian. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana wisata malam memiliki pengaruh pada kepuasan wisatawan terhadap kawasan Prawirotaman. Penelitian ini merujuk pada teori kualitas produk wisata yang mencakup atraksi wisata, amenitas, dan aksesibilitas yang menggunakan metode kuantitatif didukung dengan data kualitatif. Pengambilan data dilakukan dengan kuesioner pada wisatawan dan wawancara kepada pihak pengelola kemudian dianalisis dengan analisa Servqual, CSI, dan IPA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas *nightlife* di Kawasan Prawirotaman masih jauh di bawah tingkat harapan wisatawan. Hal ini mengindikasikan tingkat kepuasan wisnus maupun wisman terhadap kawasan wisata Prawirotaman masih rendah. Terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi tingkat kepuasan wisnus dan wisman yang dapat menjadi perhatian bagi pengelola dan pemerintah dalam meningkatkan kualitas *nightlife attraction*. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu rendahnya kualitas elemen produk 3A (atraksi, amenitas, dan aksesibilitas) mempengaruhi kepuasan wisatawan secara keseluruhan.

Kata Kunci : *Nightlife Attraction*, Kepuasan Wisatawan, Kawasan Wisata

INFLUENCE OF QUALITY OF NIGHT ATTRACTION PRODUCTS TO TOURISTS SATISFACTION IN PRAWIROTAMAN **ABSTRACT**

ABSTRACT

Nightlife attraction is an important component of tourism product but less attention. The purpose of this research is to know how the night attraction has an influence on tourists satisfaction in Prawirotaman. This study refers to quality of tourism product's theory that include attractions, amenity, and accessibility that uses quantitative methods supported by qualitative data. The data were collected by questionnaire on the tourists and interview to the manager then analyzed by Servqual, CSI, and IPA analysis. These results indicate the quality of nightlife attraction in Prawirotaman area is still far below the tourist's expectations. This indicates the level of satisfaction from domestic and international tourists towards Prawirotaman are still low or very dissatisfied. There are several indicators that affect the

level of domestic and international tourists satisfaction can be a concern for managers and governments in improving quality of night attraction. The conclusion is the low quality of 3A product element (attraction, amenities, and accessibility) influence the whole tourist satisfaction.

Keywords: *Nightlife Attraction, Tourist Satisfaction, Tourism Area*

PENDAHULUAN

Yogyakarta selain dikenal dengan sebutan kota perjuangan, pusat kebudayaan dan pusat Pendidikan juga dikenal dengan kekayaan pesona alam dan budayanya. Hingga saat ini Yogyakarta merupakan daerah tujuan wisata yang terkenal di Indonesia dan Mancanegara (Dinas Pariwisata, 2018). Dinas Pariwisata dalam Azmi (2017, p. 1), berbagai jenis daya tarik wisata yang dikembangkan di Yogyakarta seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata Pendidikan, wisata belanja, dan wisata malam.

Menurut Ketua ASITA DIY Udhi Sudiyanto, wisata alternatif malam hari bisa memberikan dampak positif terhadap lama kunjungan wisatawan di DIY, karena memiliki alternatif objek yang bisa dikunjungi. Wisata malam di Jogja masih sangat minim dan sudah lama. Perlu ada suasana dan kemasan baru agar pengunjung bisa mendapatkan pengalaman baru. Sehingga dengan wisata malam yang sehat dan nyaman, wisatawan akan lebih lama lagi tinggal di Jogja.

Berdasarkan Statistik Pariwisata 2018, jumlah wisman yang berkunjung ke Yogyakarta yaitu 416.372 orang dan wisnus sebanyak 5.272.719 orang. Wisman yang paling banyak berkunjung ke Yogyakarta yaitu berasal dari Malaysia, Singapura, dan Jepang. Wisman paling banyak berkunjung di bulan Agustus karena bertepatan dengan liburan musim panas di Eropa, Amerika, Rusia, dan Kanada, sedangkan wisnus paling banyak berkunjung ke Yogyakarta pada bulan Juni karena bertepatan dengan musim libur sekolah di Indonesia.

Pendapat lain juga dikemukakan oleh Widi Utaminingsih selaku ketua Yayasan Widya Budaya Yogyakarta mengatakan bahwa Yogyakarta sebagai salah satu destinasi utama di Indonesia perlu memiliki banyak atraksi dan kegiatan wisata malam, untuk itu perlu diciptakan atraksi baru pada malam hari yang berbasis pada aktivitas

belanja, pementasan budaya, maupun kuliner.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kualitas *nightlife attraction* terhadap kepuasan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun mancanegara dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke *nightlife attraction* di Kawasan Prawirotaman.

TINJAUAN PUSTAKA

Kawasan Wisata

Langkah-langkah pengelolaan kawasan pariwisata adalah memanfaatkan potensi keindahan alam dan budaya di kawasan pariwisata guna mendorong perkembangan pariwisata dengan memperhatikan kelestarian nilai-nilai budaya, adat-istiadat, mutu dan keindahan lingkungan alam dan kelestarian fungsi lingkungan hidup. Dalam kaitannya dengan kawasan Prawirotaman, pada dasarnya kawasan ini adalah permukiman penduduk (prajurit keraton pada masanya), tetapi telah berubah dan terkenal sebagai Kampung Internasional yang menyediakan jasa-jasa dibidang pariwisata seperti perhotelan, restoran, dan agen perjalanan. Hal ini mempengaruhi market/demand di daerah asal wisatawan (*Tourist Generating Area*) dan destinasi/supply dalam daerah tujuan wisata (*Tourist Receiving Area*). Berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A, yaitu atraksi, aksesibilitas, dan amenities (Yoeti, 1997).

Produk Wisata

Kotler dkk (1999, p. 314) mengatakan bahwa produk wisata adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk menarik perhatian target pasar agar mengambil alih/memiliki, memakai produk tersebut sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan. Ditambahkan oleh Baud-Bovy (1998) bahwa produk pariwisata adalah sejumlah fasilitas dan pelayanan yang disediakan dan diperuntukkan bagi wisatawan yang terdiri dari tiga komponen, yaitu sumber daya yang terdapat di daerah

tujuan wisata, fasilitas, dan transportasi. Produk pariwisata merupakan serangkaian komponen yang saling terkait, seperti halnya mata rantai dimana kekuatan terbesar terletak pada rantai yang paling lemah (Nuryanti, 1991, p. 165).

Nightlife Attraction

Istilah tempat wisata malam berasal dari kata tempat yang berarti daerah atau lokasi, kata hiburan memiliki persamaan arti kata entertainment dalam bahasa Inggris yang berarti sejenis *tourist attraction*, para pengunjung (wisatawan) merupakan subjek yang pasif sebagai hadirin yang datang menyaksikan, menikmati ataupun mengagumi kejadian-kejadian untuk mendapatkan kepuasan rohaniah sesuai dengan yang mendorong kunjungan tersebut, misalnya: bioskop, musik, *night club*, *dancing hall* (R.S Damardjati, 2001, p. 125), ketiga akan dijelaskan arti kata malam, arti kata malam cenderung untuk menunjukkan waktu yaitu malam hari.

Wisata malam perkotaan saat ini dianggap sebagai integral dari hidup modern (Liempt, Aals, & Schwanen, 2015). Kehidupan ekonomi pada malam hari di insutri pariwisata, tur operator, dan resort bergantung pada *nightlife attraction*. *Nightlife attraction* menjadi fenomena lokal, nasional, dan internasional (Calafet et al, 2013).

Sebuah area kehidupan malam itu identik dengan menyajikan keindahan dari kota tersebut yang biasanya ada di satu Kawasan atau zona untuk wisata malam (Albano, 2011, p. 517).

Dalam penelitian ini, definisi operasional yang digunakan untuk *nightlife attraction* adalah daya tarik wisata pada malam hari yang ditawarkan kepada wisatawan ataupun masyarakat lokal untuk menghilangkan kejenuhan, menikmati atau menyaksikan pertunjukan yang disajikan misalnya pertunjukan musik, seni budaya, dan kuliner.

METODE

Berdasarkan rumusan masalah yang diteliti maka metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kuantitatif yang didukung dengan data kualitatif. Data dikumpulkan dengan observasi, kuesioner dan interview kepada pihak pengelola *nightlife attraction*. Data kemudian dianalisis dengan analisa Servqual, CSI, dan IPA. Teknik analisa data yang digunakan yaitu validitas dan reabilitas. Menurut Purwanto (2010, p. 189), validitas merupakan kemampuan instrumen untuk mengukur secara tepat keadaan atau gejala yang diukur sedangkan reabilitas merupakan kemampuan alat ukur memberikan hasil pengukuran yang relative tetap. Dalam penelitian ini hasil kuesioner diuji validitas dan reabilitasnya terhadap 30 responden. Uji validitas dilakukan dengan rumus korelasi Product Momen. Pengujian validitas item pertanyaan pada penilaian kepentingan dan kinerja diperoleh $> 0,361$ dan dinyatakan valid. Uji reabilitas dilakukan dengan 2 tahap menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, dan item butir pertanyaan dinyatakan reliabel jika nilai hitung $\geq 0,60$.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Kuesioner Bagian Kepuasan dan Kepentingan

No	Pernyataan	Nilai r hitung		Ket
		Tingkat kepuasan	Tingkat kepentingan	
<i>Nightlife attraction</i>				
1	<i>Nightlife attraction</i> menjadikan pilihan wisata lebih beragam	0,698	0,715	valid
2	<i>Nightlife attraction</i> yang disajikan sangat menarik/ mengagumkan	0,812	0,669	valid
3	<i>Nightlife attraction</i> yang ada di Kawasan Prawirotaman menjual suasana	0,555	0,558	valid
4	<i>Nightlife attraction</i> yang ada di Kawasan Prawirotaman menyajikan nilai kebudayaan	0,550	0,533	valid
5	<i>Nightlife attraction</i> yang disaji kan di Kawasan Prawirotaman beragam	0,662	0,547	valid

Nur Asriatul Kholifah, Bakti Setiawan, Bambang Sunaryo: Pengaruh Kualitas *Nightlife Attraction* Terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawasan Prawirotaman

No	Pernyataan	Nilai r hitung		Ket
		Tingkat kepuasan	Tingkat kepentingan	
6	Kondisi atraksi bersih, terawat, aman dan nyaman untuk menikmati hiburan yang disajikan	0,518	0,639	valid
Amenitas/ sarana-prasarana				
7	Ketersediaan penginapan (hotel, guest house, villa) bersih, fasilitas lengkap, mudah ditemui	0,297	0,463	Dianggap valid karena nilai tingkat kinerja memenuhi
8	Ketersediaan fasilitas persampahan jumlahnya memadai, mudah ditemui	0,462	0,443	valid
9	Ketersediaan jasa perbankan (ATM, money changer, bank) mudah ditemui	0,410	0,479	valid
10	Papan informasi dan penunjuk arah jelas, mudah ditemukan dan bermanfaat	0,623	0,472	valid
11	Fasilitas tempat ibadah bersih, nyaman, terawat dan mudah ditemui	0,729	0,546	valid
12	Ketersediaan tempat beristirahat untuk pejalan kaki/ tempat santai	0,575	0,603	valid
13	Ketersediaan tempat parkir yang teratur, luas, aman dan mudah ditemui	0,608	0,689	valid

Sumber: Hasil Uji Validitas, 2019

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas dengan Metode Cronbach's Alpha

No	Variabel	Nilai reliabilitas		Ket
		Tingkat kepuasan	Tingkat kepentingan	
1	<i>Nightlife attraction</i>	0,841	0,835	Reliabel
2	Amenitas/ sarana-prasarana	0,794	0,793	Reliabel
3	Aksesibilitas/ Transportasi dan keterjangkauan	0,820	0,715	Reliabel
4	Kualitas Harga	0,705	0,802	Reliabel

Sumber : Hasil Uji Reabilitas, 2019

Importance Performance Analysis (IPA)/ Analisis Kepentingan Kerja

Menurut Kotler (1999) analisa IPA berfungsi untuk menampilkan informasi yang berkaitan dengan aspek yang menurut pelanggan sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka dan aspek-aspek yang perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum dapat memuaskan wisatawan. Dalam pendekatan IPA digunakan skala *likert* (skala 5 tingkat) sebagai berikut:

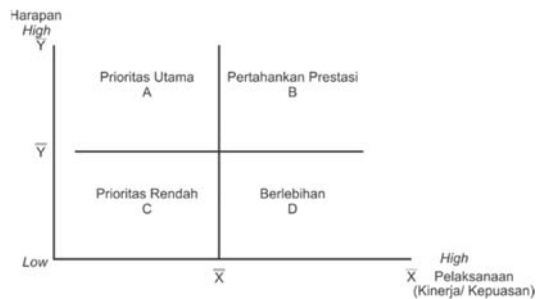
Tabel 3. Penilaian Tingkat Kepentingan dan Kinerja

Tingkat Kepentingan		Tingkat Kinerja	
Jawaban	Bobot	Jawaban	Bobot
Sangat penting	5	Sangat puas	5
Penting	4	Puas	4
Cukup Penting	3	Cukup Puas	3
Kurang penting	2	Kurang Puas	2

Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
Tidak penting	Tidak Puas
1	1

Sumber: Suprpto, 2011

Hasil perhitungan tingkat kinerja dan harapan diplotkan pada grafik kuadran. Analisa kuadran digunakan untuk melihat aspek-aspek produk *nightlife attraction* yang perlu dibenahi untuk meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan.



Gambar 1. Grafik Diagram Kartesius

Sumber: Suprpto, 2011

Service Quality (SERVQUAL) & Customer Satisfaction Index (CSI)

Analisis Servqual untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan dan skor tingkat kepuasan pelanggan, digunakan rumus sebagai berikut (Parasuraman dkk, 1998, p. 15):

Servqual= P-E dimana:

Q= *Quality of service* (kualitas pelayanan)

P= *Perceived service* (persepsi pelayanan)

E= *Expectation* (harapan pelanggan)

Kemudian perhitungan tingkat pelayanan dapat disesuaikan sebagai berikut (Supranto J, 2010, p. 81):

P-E= 0, tingkat pelayanan sama dengan harapan pengguna

P-E> 0, tingkat pelayanan sangat memuaskan pengguna

P-E< 0, tingkat pelayannya lebih rendah dari harapan

Parasuraman dalam Gunawan (2019, p. 147), munculnya model Servqual dikarenakan jasa tidak memiliki bentuk fisik, dimana untuk mencari kualitas suatu barang pada umumnya, konsumen mengevaluasi bentuk fisik seperti warna, label, rasa,

packaging, dll., sehingga diperlukannya tanda lain untuk mengevaluasi suatu jasa.

Customer Satisfaction Index/ CSI merupakan suatu skala pengukuran yang menggambarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Hasil tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan dapat dilihat dari nilai kriteria indeks kepuasan pelanggan pada tabel berikut:

No	Indeks nilai kepuasan pelanggan	Interpretasi
1	$X \leq 64\%$	Sangat tidak puas
2	$64\% \leq 71\%$	Tidak puas
3	$71\% \leq X \leq 77\%$	Agak tidak puas
4	$77\% \leq X \leq 80\%$	Biasa saja
5	$80\% \leq X \leq 85\%$	Puas
	$84\% \leq X \leq 87\%$	Sangat puas
	$87\% \leq X$	Sempurna

Ket. X= angka indeks kepuasan pelanggan

Sumber: *Customer Satisfaction Measurement*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 60 responden yang terdiri dari 30 orang wisatawan nusantara dan 30 orang wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Prawirotaman. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner kepada 60 orang responden didapatkan hasil sebagai berikut:

Karakteristik Wisatawan

Wisatawan nusantara yang berkunjung ke Prawirotaman didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Jabodetabek dan Jawa Barat sebanyak 30% (9 orang), Kalimantan sebanyak 17% (5 orang), pengunjung dari Jawa Timur sebanyak 14% (5 orang), Sumatera dan Bali menempati urutan ke empat masing-masing sebanyak 14% (4 orang), lalu wisatawan lainnya berasal dari Sulawesi.

Kunjungan wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Asia sebesar 40% (12 orang), wisatawan tersebut berasal dari Jepang, China, Korea, Malaysia, dan Singapura. Lalu diikuti oleh wisatawan mancanegara asal Eropa

sebanyak 30% (9 orang) berasal dari Perancis, Belanda, dan Jerman. Australia berada di urutan ketiga sebanyak 17% (6 orang), sedangkan Amerika berada pada peringkat terakhir sebanyak 13% (4 orang).

Wisnus dan wisman didominasi usia 20-50 tahun, yaitu usia produktif untuk melakukan perjalanan/ liburan. Wisnus lebih banyak mendapat informasi *nightlife attraction* dari sosial media seperti instagram, sedangkan wisman mendapat informasi dari teman yang pernah berkunjung ke Prawirotaman. Motivasi wisnus dan wisman dalam mengunjungi *nightlife attraction* tidak jauh berbeda yaitu mengetahui aktivitas dan hiburan di malam hari, serta menghilangkan kejenuhan.

Analisa Kualitas Layanan/ Servqual

Berdasarkan analisa Servqual pada wisatawan nusantara menunjukkan bahwa hasil perhitungan tiap aspek memiliki nilai di bawah nol yang berarti bahwa tingkat kinerja lebih rendah daripada tingkat kepentingan. Nilai minus terendah yaitu pada aspek amenities dan dilanjutkan oleh kualitas daya tarik wisata malam. Hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Analisa Servqual pada Wisnus

No	Aspek	Mean		Service Quality
		P	E	Gap (P-E)
1	Kualitas daya tarik <i>nightlife attraction</i>	3.06	4.20	-1.14
2	Amenitas/ sarana-prasarana	2.80	4.31	-1.51
3	Aksesibilitas/ Transportasi dan keterjangkauan	3.20	4.18	-0.98
4	Kualitas Harga	3.17	3.88	-0.71

Sumber: Hasil Analisa Servqual Wisnus, 2019

Pada wisatawan mancanegara, hasil perhitungan Servqual tidak jauh berbeda dengan wisnus yang menunjukkan angka di bawah nol pada semua aspek. Aspek dengan

angka terendah pun berada di aspek amenities dan terendah kedua pada aspek kualitas daya Tarik wisata malam. Hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

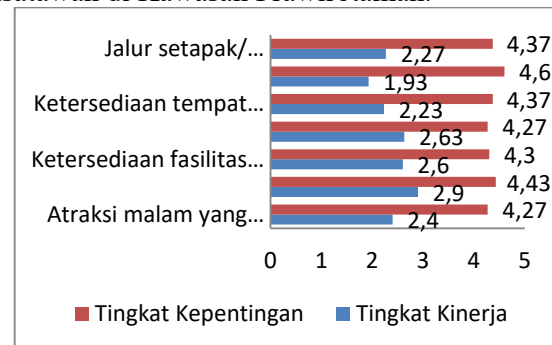
Tabel 5. Analisa Servqual pada Wisman

No	Aspek	Mean		Service Quality
		P	E	Gap (P-E)
1	Kualitas daya tarik <i>nightlife attraction</i>	3.07	4.39	-1.33
2	Amenitas/ sarana-prasarana	3.00	4.36	-1.36
3	Aksesibilitas/ Transportasi dan keterjangkauan	3.51	4.56	-1.04
4	Kualitas Harga	4.14	4.32	-0.08

Sumber: Hasil Analisa Servqual Wisman, 2019

Analisa Faktor yang berpengaruh Terhadap Kepuasan Wisatawan

Berikut ini adalah indikator yang memiliki nilai kepentingan rata-rata $\geq 4,0$. Nilai 4,0 berarti memiliki arti “penting” oleh wisatawan untuk dipenuhi di kawasan wisata tersebut, sehingga indikator ini memiliki pengaruh besar terhadap tingkat kepuasan wisatawan di Kawasan Prawirotaman.

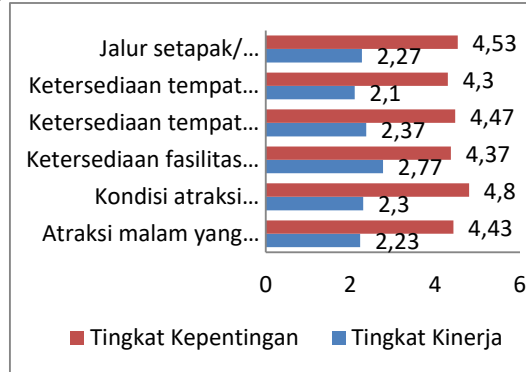


Gambar 2. Faktor yang berpengaruh pada wisnus

Sumber: Analisis Tingkat Kepuasan pada Wisnus, 2019

Terdapat 7 faktor yang paling berpengaruh pada kepuasan wisnus, diantaranya yaitu *nightlife attraction* yang memiliki unsur budaya, kondisi atraksi yang bersih dan terawat, ketersediaan fasilitas persampahan, fasilitas tempat ibadah yang

mudah ditemui dan nyaman, ketersediaan tempat beristirahat, ketersediaan tempat parkir yang luas, dan jalur setapak untuk pejalan kaki.



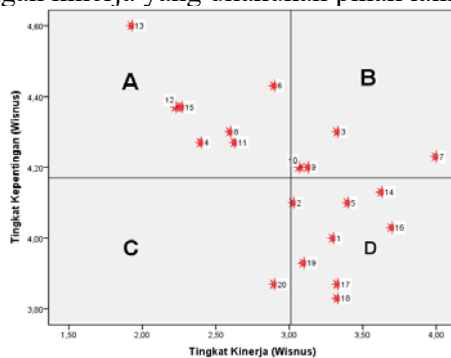
Gambar 3. Faktor yang berpengaruh pada wisman

Sumber: Analisis Tingkat Kepuasan pada Wisman, 2019

Faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan mancanegara tidak jauh berbeda dengan wisnus, wisman memiliki 6 faktor yang sama dengan wisnus terkecuali ketersediaan tempat ibadah.

Analisa *Important Performance Analysis* (IPA)

Analisa IPA (*Important Performance Analysis*) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang atas kinerja pihak lain. Kepuasan seseorang tersebut diukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan pihak lain.

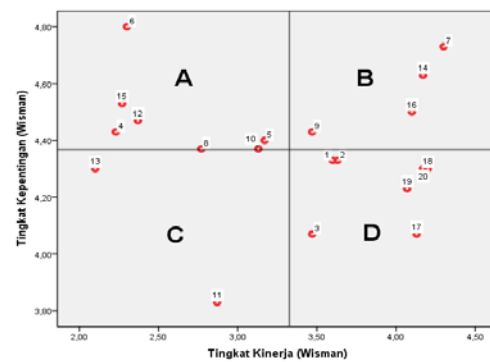


Gambar 4. Analisa IPA pada Wisnus

Sumber: Pengolahan Data IPA Wisnus, 2019

Berdasarkan analisa IPA pada wisnus, di kuadran A yang memuat atribut penting oleh wisatawan tapi pada kenyataannya belum sesuai dengan yang diharapkan, sehingga

perlu ditingkatkan terdapat 7 faktor. Pada kuadran B yang memuat atribut dianggap penting oleh wisatawan dan kondisinya dianggap sudah memenuhi kepuasan wisatawan sehingga atribut tersebut harus dipertahankan terdapat 4 faktor, pada kuadran C yang memuat atribut dianggap kurang penting dan kinerjanya pun tidak terlalu bagus terdapat 1 faktor, dan kuadran D yang memuat atribut kurang penting bagi wisatawan, kondisinya juga prioritas terakhir sehingga atribut dalam kuadran ini dapat dikurangi sehingga lebih efisien terdapat 8 faktor.



Gambar 5. Analisa IPA pada Wisman

Sumber: Pengolahan Data IPA Wisman, 2019

Hasil analisa IPA pada wisman dikuadran A yang memuat atribut penting oleh wisatawan tapi pada kenyataannya belum sesuai dengan yang diharapkan sehingga perlu ditingkatkan terdapat 7 faktor, pada kuadran B yang memuat atribut dianggap penting oleh wisatawan dan kondisinya dianggap sudah memenuhi kepuasan wisatawan sehingga atribut tersebut harus dipertahankan terdapat 4 faktor, pada kuadran C yang memuat atribut dianggap kurang penting dan kinerjanya pun tidak terlalu bagus terdapat 2 faktor, dan kuadran D yang memuat atribut kurang penting bagi wisatawan dan kondisinya juga prioritas terakhir sehingga atribut dalam kuadran ini dapat dikurangi sehingga lebih efisien terdapat 6 faktor.

Analisa *Customer Index Satisfaction* (CSI)

Berdasarkan hasil analisa *Customer Index Satisfaction* (CSI) pada wisatawan

nusantara, diperoleh indeks kepuasan sebesar 59.94%. berdasarkan tabel indeks kepuasan wisatawan, angka tersebut masuk ke dalam interval $X \leq 64\%$ yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan wisatawan terhadap aspek-aspek *nightlife attraction* di Kawasan Prawirotaman berada dalam kriteria tidak puas. Sedangkan untuk wisatawan mancanegara diperoleh indeks kepuasan sebesar 66.43% masuk ke dalam interval $64\% \leq X \leq 71\%$ yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan wisatawan dalam aspek-aspek *nightlife attraction* di Kawasan Prawirotaman berada dalam kriteria tidak puas.

KESIMPULAN

Nightlife attraction yang ada di Kawasan Prawirotaman mengalami perkembangan selama 5 tahun terakhir. *Nightlife attraction* saat ini tidak monoton hanya sekedar menyajikan *live music* dan minuman, tetapi beberapa pihak pengelola telah menambahkan berbagai pilihan atraksi yang bersifat edukasi dan seni seperti pertunjukkan teater, musikalisasi puisi, pertunjukkan film indie, pameran instalasi dan lukisan. *Nightlife attraction* yang ada di Kawasan Prawirotaman ini juga mempengaruhi lama tinggal wisatawan yang berkunjung ke Jogja, sebagian besar lama kunjungan yang dilakukan wisnus ke Yogyakarta yaitu 3 hari sedangkan wisman 2 hari. *Nightlife attraction* yang berada di Kawasan Prawirotaman ini berbeda dengan *nightlife* di kota besar lainnya seperti Jakarta dan Bali, karena *Nightlife attraction* yang ada di Prawirotaman masih menyuguhkan sentuhan seni dan budaya di dalamnya dan tidak termasuk *nightlife attraction* yang *wild*.

Berdasarkan perhitungan analisa CSI, indeks kepuasan wisatawan nusantara secara keseluruhan dengan nilai 59.94% yang menurut skala pengukuran berarti wisatawan sangat tidak puas. Sedangkan untuk wisatawan mancanegara, dengan nilai 66.43% yang menurut skala pengukuran berarti wisatawan tidak puas. Walaupun

hanya berbeda beberapa persen, tapi wisman menunjukkan kepuasan yang lebih tinggi daripada wisnus. Hal ini dikarenakan wisman melihat kebudayaan yang berbeda dari negara asal mereka, oleh karena itu wisman lebih tertarik dengan hiburan yang disajikan dan memiliki tingkat kepuasan yang lebih besar daripada wisnus.

Kepuasan wisatawan dibagi menjadi beberapa indikator yang diukur dari kualitas produk maupun tingkat kepuasannya sehingga dapat ditemukan indikator yang berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Indikator-indikator tersebut yaitu, *nightlife attraction* yang ada di Kawasan Prawirotaman diharapkan dapat menyajikan pertunjukkan kebudayaan yang dibalut dengan nuansa modern, kondisi atraksi yang bersih dan terawat, ketersediaan fasilitas persampahan yang memadai, fasilitas pejalan kaki/ trotoar dan juga fasilitas tempat parkir yang teratur.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa rendahnya kualitas produk menjadi pengaruh yang sangat besar terhadap rendahnya kepuasan wisatawan secara keseluruhan terhadap *nightlife attraction* di Kawasan Prawirotaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Bianchini, F., Roberto A., A. Bollo. (2013). *The Regenerative Impacts of European City/ Capital Culture of Events*. London: Routledge
- Azmi, M.A., Hary, H. (2017). *Persepsi Wisatawan Terhadap Night Life Attraction (Studi Kasus Pertunjukan Kabaret di Oyot Godong Resto)*. Jurnal Pariwisata, 4, 1-9
- Calafet et al (2013). *Tourism, Nightlife and Violence: A Cross Cultural Analysis and Preventive Recommendation*. Spanyol: Martin Impresores.
- Damardjati, RS. (2001). *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Dinas Pariwisata, D.I.Y. (2019). *Statistik Kepariwisata 2018*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata DIY.
- Gunawan, E., Gabriel O.S., Agung H. (2019). *Analisa Pengaruh Kualitas*

- Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap di Empat Virtual Hotel Operator di Surabaya*. Jurnal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation, 2, 145-153
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (1999). *Principle of Marketing 8th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lawson, F., Baud Bovy, M. (1998). *Tourism and Recreation, Handbook of Planning and Design*. Oxford: Architectural Press.
- Nuryanti, Wiendu. (1991). *Perencanaan dan Pembangunan Pariwisata di Indonesia, Makalah Seminar Nasional Dampak Sosial Budaya, Pengembangan Pariwisata*. Yogyakarta: PAU-Sosial UGM.
- Parasuraman, A. Zeithaml., Valerie A. Berry., Leonard, L. (1998). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing, 64, 12-37
- Purwanto. (2010). *Evaluasi Hasil Belajar*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Suprpto Tommy. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. Jakarta: Buku Seru.
- Van Liempt, I., Van Aalst, I. and Schwanen, T. (2015). *Geographies of the Urban Night*. Urban Studies, 52(3). Special Issue.
- Yoeti, Oka A. (1997). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.