

**ANALISIS KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA
DI MARIBAYA *NATURAL HOT SPRING RESORT* LEMBANG
KABUPATEN BANDUNG BARAT**

ABSTRAK

Oleh

Yuda Ardiansyah

NIM: 1200617

Taman Wisata Maribaya dikelola oleh Pemerintah Daerah yang bekerjasama dengan PT. Akurasi Kuat Mega Indonesia. Kemudian pengelola merenovasi dan mengubah konsep, baik dari segi penampilan maupun pelayanan dan diubah namanya menjadi Maribaya *Natural Hot Spring Resort* dengan harapan wisatawan yang telah datang berkunjung merasa puas. Namun sampai saat ini masih didapati beberapa keluhan yang dirasakan wisatawan setelah datang berkunjung ke Maribaya *Natural Hot Spring Resort*. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis kepuasan wisatawan melalui penilaian wisatawan terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja produk wisata di Maribaya *Natural Hot Spring Resort*. Terdapat tiga indikator produk wisata yaitu atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini melibatkan 100 responden dengan menggunakan kuesioner. Untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang menghasilkan Diagram Kartesius yang memiliki empat kuadran dengan skala prioritas. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat ketidakpuasan yang dirasakan wisatawan yang datang berkunjung ke Maribaya *Natural Hot Spring Resort*. Walaupun tingkat kinerja dari produk wisata yang ada di Maribaya *Natural Hot Spring Resort* dirasa sudah baik, namun pada kenyataannya belum mencapai titik kepuasan wisatawan dikarenakan nilai harapan wisatawan terhadap produk wisata yang ada di Maribaya *Natural Hot Spring Resort* lebih besar dibandingkan dengan nilai kinerjanya. Pengelola diharapkan dapat memperhatikan ketersediaan dan kondisi produk wisata di Maribaya *Natural Hot Spring Resort* serta dapat mempertahankan kinerja dari produk wisata yang dinilai oleh wisatawan sudah baik.

**Kata Kunci : Maribaya *Natural Hot Spring Resort*, Kepuasan Wisatawan,
Produk Wisata, *Importance-Performance Analysis***

**TOURIST SATISFACTION ANALYSIS OF TOURISM PRODUCT AT
MARIBAYA NATURAL HOT SPRING RESORT LEMBANG
KABUPATEN BANDUNG BARAT**

ABSTRACT

By

Yuda Ardiansyah

NIM: 1200617

Taman Wisata Maribaya is managed by the local government cooperate with PT. Akurasi Kuat Mega Indonesia. And then the management renovated and changed the concept also the name to Maribaya Natural Hot Spring Resort in order to make the tourists who came to visit will satisfied. But after renovated, there were still some complaint from the tourists after came to visit Maribaya Natural Hot Spring Resort. The purpose of this research is to analyse the satisfaction of tourists through assessment of travellers against the importance and the level of performance of the tourist product in Maribaya Natural Hot Spring Resort. There are three indicators of tourist products are attractions, facilities, and accessibility. This research used descriptive method with quantitative approach and used purposive sampling. There are 100 respondents by using questionnaire. To measure the level of satisfaction of tourists used method of Importance Performance Analysis (IPA) which generates a Cartesian Diagram that has four quadrants with a scale of priorities. Based on the results of this researched, there is a unsatisfaction of tourists who came to visit Maribaya Natural Hot Spring Resort. Although the level of performance of the existing tourism products in Maribaya Natural Hot Spring Resort its already good, but the fact has not yet reached the point of satisfaction of tourists because the tourists' level satisfaction of the existing tourism products in Maribaya Natural Hot Spring Resort greater than the value of its performance. The management are expected to consider the availability and the condition of the tourism product in Maribaya Natural Hot Spring Resort and can maintain the performance of tourism product which was good by tourist.

**Keyword(s) : Maribaya Natural Hot Spring Resort, Tourist Satisfaction,
Tourism Product, Importance-Performance Analysis**