

**PENGARUH *CUSTOMER VALUE* DAN *DESIGNED ATTRIBUTES* TERHADAP *TOURIST EXPERIENCE* PADA
OBJEK WISATA TAMAN MARGA SATWA DAN BUDAYA
KINANTAN KOTA BUKITTINGGI**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada
Program Studi Manajemen Universitas Negeri Padang*



Oleh :

WINDI KHAIRIYYAH. H
2018/18059163

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *CUSTOMER VALUE* DAN *DESIGNED ATTRIBUTES* TERHADAP *TOURIST EXPERIENCE* PADA
OBJEK WISATA TAMAN MARGA SATWA DAN BUDAYA KINANTAN
KOTA BUKITTINGGI

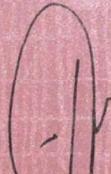
Nama : Windi Khairiyah, H
NIM / BP : 18059163/2018
Jenjang Program : Strata (S1)
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Padang, 21 November 2022

Disetujui oleh

Mengetahui

Ketua Prodi Manajemen



Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D

NIP. 19810404 200501 1 002

Pembimbing



Muthia Roza Linda, SE, MM

NIP. 1980325 200812 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *CUSTOMER VALUE* DAN *DESIGNED ATTRIBUTES* TERHADAP *TOURIST EXPERIENCE* PADA
OBJEK WISATA TAMAN MARGA SATWA DAN BUDAYA KINANTAN
KOTA BUKITTINGGI**

Nama : Windi Khairiyah. H

NIM / BP : 18059163/2018

Jenjang Program : Strata (S1)

Keahlian : Manajemen Pemasaran

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Didepan Penguji

Jurusan Manajemen (S1)

Universitas Negeri Padang

Padang, 21 November 2022

Tim Penguji

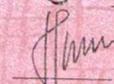
1. Muthia Roza Linda, SE, MM

2. Firman, SE, M.Sc

3. Prof. Dr. Yasri, MS

Tanda Tangan

1. 

2. 

3. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Windi Khairiyah H
NIM/Th Masuk : 18059163/2018
Tempat/Tgl Lahir : Bukittinggi, 13 Mei 1999
Program Studi : Manajemen SI
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Perumahan Green View Koto Selayan, Bukittinggi, Sumatera Barat
Hp/Telp : 082381151511
Judul Skripsi : Pengaruh Customer Value dan Designed Attributes terhadap Tourist Experience pada Objek Wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar sarjana yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, 21 November 2022



Windi Khairiyah H
NIM. 18059163

ABSTRAK

Windi Khairiyah. H : **Pengaruh *Customer Value* Dan *Designed Attributes* Terhadap *Tourist Experience* Pada Objek Wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi**
(2018/ 18059163)

Dosen Pembimbing : **Muthia Roza Linda SE., MM**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Customer Value* dan Atribut Didesain terhadap Pengalaman Wisata pada Objek Wisata Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi. Sampel penelitian ini adalah seluruh pengunjung Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan di Kota Bukittinggi. Sampel penelitian ini sebanyak 140 responden. Memanfaatkan kuesioner, informasi studi dikumpulkan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25. Menurut temuan penelitian ini, Nilai Pelanggan memiliki pengaruh yang besar terhadap Pengalaman Wisata di Taman Wisata Margasatwa dan Budaya Kinantan di Kota Bukittinggi. Di Taman Wisata Margasatwa dan Budaya Kinantan di Bukittinggi, Indonesia, Atribut yang Didesain berpengaruh signifikan terhadap Pengalaman Wisatawan. Di Taman Wisata Margasatwa dan Budaya Kinantan di Bukittinggi, Indonesia, Nilai Pelanggan dan Atribut Desain memiliki efek gabungan atau simultan yang cukup besar terhadap Pengalaman Wisatawan.

Kata Kunci: *Customer Value, Designed Attributes, Tourist Experience*

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah, puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan berkah – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “ Pengaruh *Customer Value dan Designed Attributes* terhadap *Tourist Experience* pada objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Negeri Padang.

Tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, do'a, bantuan pemikiran, tenaga dan fasilitas sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Rasa terimakasih penulis ucapkan kepada :

1. Ibu Muthia Roza Linda SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan nasehat – nasehat dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Firman SE, M.Sc dan Bapak Prof. Dr. Yasri MS selaku dosen penelaah yang telah memberikan masukan dan pengarahan guna penyempurnaan penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D dan Ibu Yuki Fitria, SE, MM selaku ketua jurusan dan sekretaris Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang.

5. Ibu Astra Prima Budiarti, SE, BBA.Hons selaku pembimbing akademik yang memberikan masukan dan motifasi kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen pendidik dan staff pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universita Negeri Padang yang telah membekali penulis dengan ilmu yang berguna dan bermanfaat..
7. Bapak Supan Weri Mandar, A.Md selaku staff administrasi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang yang telah banyak membantu penulis dalam keperluan administrasi selama perkuliahan.
8. Teristimewa kepada keluarga tercinta penulis, Mama Elfida dan Papa Hendri SE, yang sudah memberikan kasih sayang, dukungan dan do'a yang tiada henti kepada penulis. Kepada Kakak tersayang Fadhilah Pertiwi. H SH, Adik tersayang Raiha Natu Qalbi. H, Abang Ipar terbaik Alan Fajar Gusman SH dan ponakan tersayang Gezzael Graxiwilan yang selalu menghibur dan memberi semangat penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Tanpa cinta dari keluarga mungkin skripsi ini tidak dapat diselesaikan.
9. Decky Irviangga Putra, yang telah menjalankan peran yang baik selaku pendamping yang selalu memberi semangat, membantu dan mendengarkan keluh kesal penulis serta bersedia menjadi tumbal amarah penulis.
10. Sahabat, teman – teman seperjuangan dan rekan – rekan Manajemen 2018 yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

11. And last to my self, thank you for being strong in everyday and thank you for trusting God in all your worries. Flower needs time to bloom. Self, you did well

Semoga bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal yang baik dan mendapatkan imbalan dari Allah SWT. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan dari pembaca sekalian. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin..

Padang, November 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah	13
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian	14
F. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	16
A. Kajian Teori	16
1. <i>Tourist Experience</i>	16
2. <i>Customer Value</i>	21
3. <i>Designed Attributes</i>	24
B. Hubungan Antar Variabel	29
C. Penelitian Relevan	33
D. Kerangka Konseptual.....	36
E. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis penelitian.....	38
B. Tempat Penelitian dan Waktu	38
C. Populasi dan Sampel Penelitian	38
D. Jenis dan Sumber Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41

G. Instrumen Penelitian	43
H. Teknik Analisis Data.....	44
I. Uji Coba Instrumen Penelitian.....	46
J. Uji Asumsi Klasik.....	47
K. Analisis Regresi Berganda	48
L. Pengujian Hipotesis	49
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
B. Hasil Penelitian	52
1. Deskripsi Profil Responden	52
2. Analisis Deskriptif	56
3. Pengujian Instrumen Penelitian	58
4. Uji Asumsi Klasik.....	62
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
6. Pengujian Hipotesis	67
C. Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
DATA RESPONDEN.....	83
PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Objek Wisata Kota Bukittinggi yang dikelola Pemerintah.....	3
Tabel 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi.....	5
Tabel 3. Penelitian Relevan.....	34
Tabel 4. Definisi Operasional	44
Tabel 5. Daftar Skor Jawaban Setiap Pertanyaan	47
Tabel 6. Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	51
Tabel 7. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 8. Profil Responden Berdasarkan Umur	59
Tabel 9. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 10. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	60
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Tourist Experience</i> (Y).....	61
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Value</i> (X ₁).....	62
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Designed Attributes</i> (X ₂).....	64
Tabel 14. Uji Validitas Variabel <i>Tourist Experience</i> (Y)	66
Tabel 15. Uji Validitas Variabel <i>Customer Value</i> (X ₁)	67
Tabel 16. Uji Validitas Variabel <i>Designed Attributes</i> (X ₂)	69
Tabel 17. Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	71
Tabel 18. Rangkuman Uji Normalitas Variabel Penelitian.....	72
Tabel 19. Hasil Uji Normalitas Setelah Data Dinormalkan.....	72
Tabel 20. Uji Multikolonieritas.....	73
Tabel 21. Analisis Regresi Linier Berganda	75
Tabel 22. Hasil Pengujian untuk Uji R-Square (R ²).....	77
Tabel 23. Hasil Pengujian Hipotesis	78
Tabel 24. Hasil Pengujian Kelayakan Model (Uji F).....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Desain Gerbang masuk Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi.....	6
Gambar 2. Desain Aua Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan, Rumah Adat Baanjuang dan Benteng Fort De Kock.....	7
Gambar 3. Penilaian Positif dan Negatif Wisatawan	9
Gambar 4. Kerangka Konseptual	38
Gambar 5. Hasil Pengujian Uji Heterokedastisitas	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	90
Lampiran 3. Profil Responden.....	96
Lampiran 4. Analisis Deskriptif.....	97
Lampiran 5. Instrumen Penelitian.....	101
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik.....	103
Lampiran 7. Pengujian Hipotesis.....	105

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini Indonesia sedang giat dalam pemasaran pariwisatanya, baik kepada wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Pemasaran yang giat tersebut dilakukan terkait dengan Peraturan Presiden RI No.69 Tahun 2015 tentang bebas visa kunjungan Indonesia, yang mengatur kebebasan visa kunjungan bagi wisatawan asing yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan hubungan Negara Republik Indonesia dengan negara lain, serta guna meningkatkan perekonomian nasional dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

Pariwisata sendiri merupakan salah satu sumber pendapatan bagi suatu negara tak terkecuali Negara Indonesia yang didukung dengan kekayaan dan keindahan alamnya serta kaya akan budaya yang dimiliki. Di Indonesia sendiri, pariwisata yang ada dikelola oleh Kementerian Pariwisata Indonesia, dimana dalam pengelolaan pariwisata ini, Kementerian Pariwisata Indonesia memiliki empat deputi yang memiliki bidangnya masing-masing, yaitu Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata, Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Mancanegara, Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Nusantara, serta Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata. Indonesia adalah salah satu negara yang di juluki surga dunia, dimana memiliki banyak keanekaragaman wisata yang begitu indah dan memiliki khas tersendiri. Perkembangan dan pembangunan pariwisata yang beragam di Indonesia

membuka setiap daerah dapat mengandalkan kepariwisataan karena dapat membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan daerah, mensejahterakan masyarakat yang ikut berperan dalam aktivitas pariwisata, serta meningkatkan minat masyarakat dalam berwisata.

Sumatera Barat adalah salah satu Provinsi di Indonesia yang berada di sepanjang pesisir barat Pulau Sumatera. Provinsi yang terdiri dari 12 kabupaten dan 7 kota memiliki potensi pariwisata yang sangat potensial baik dari segi wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, dan wisata kulinernya. Mayoritas etnis masyarakat Sumatera Barat adalah etnis Minangkabau dan beragama Islam.

Pada tahun 2005 pemerintah telah menetapkan Sumatera Barat sebagai salah satu daerah tujuan wisata utama di Indonesia. Dengan kekayaan keindahan alam dan budayanya. Sumatera Barat memang sangat potensial dikembangkan sebagai kawasan wisata, baik kawasan wisata gunung, wisata bahari, maupun *eco-tourism*. Hal ini didukung oleh infrastruktur yang semakin baik seperti akses masuk ke Sumatera Barat telah mudah dengan adanya Bandara Internasional Minangkabau (BIM), ditingkatkannya akses lewat laut di Pelabuhan Teluk Bayur, penambahan hotel, restoran, peningkatan pendidikan dan keterampilan terutama Sumber Daya Manusia di bidang pariwisata. Sumatera Barat memiliki ikon yang dikenal diseluruh dunia, yaitu Jam Gadang, yang berada di kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi dijuluki kota wisata sejak 11 Maret 1984 ini berada di sepanjang wilayah bukit barisan yang melintang di sepanjang Pulau Sumatera membuat kota ini berada di ketinggian 909 hingga 941 meter di atas permukaan laut dengan suhu udara berkisar 17,1 hingga 24,9 derajat celsius dengan iklim udara yang sejuk.

Posisinya yang strategis merupakan segitiga perlintasan menuju ke utara, timur dan selatan Sumatera. Adapun kawasan objek wisata di Kota Bukittinggi ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel 1. Daftar Objek Wisata Kota Bukittinggi yang dikelola Pemerintah

No	Objek Wisata	Keterangan	Jumlah Pengunjung Tahun 2021
1	Jam Gadang	Merupakan landmark dan merupakan lambang dari Kota Bukittinggi yang didirikan pada tahun 1962.	-
2	Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi	Di Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan kita dapat melihat berbagai jenis hewan dan pemandangan Kota Bukittinggi melalui berbagai spot yang tersedia di Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan.	618.023
3	Benteng Fort de Kock	Pada Benteng Fort de Kock ini terdapat benteng pertempuran dan meriam peninggalan pada masa penjajahan Belanda dan sekarang dijadikan spot foto menarik bagi wisatawan.	602.039
4	Museum Rumah Adat Baanjuang	Museum yang terletak di Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan, yang memiliki koleksi museum berupa peninggalan sejarah kebudayaan MinangKabau.	28.950
5	Taman Panorama	Objek wisata Taman Panorama menawarkan pemandangan indah Ngarai Sianok dan menyediakan spot foto yang menarik untuk wisatawan.	131.873
6	Lobang Jepang	Pada objek wisata Lobang	

No	Objek Wisata	Keterangan	Jumlah Pengunjung Tahun 2021
		Jepang kita dapat melihat peninggalan pada masa penjajahan Jepang, terdapat dapur, penjara dan tempat pembuangan mayat yang bisa menjadi bukti sejarah Kemerdekaan Indonesia.	111.398
7	Ngarai Sianok	Ngarai Sianok menawarkan pesona alam yang menabjubkan dengan sungai – sungai kecil yang diapit oleh bukit – bukit yang memisahkan antara nagari Kota Bukittinggi dengan Koto Gadang (Agam).	-
8	Museum Tri Daya Eka Dharma	Museum yang merupakan tempat sarana komunikasi antar generasi untuk meneruskan nilai – nilai dan semangat TNI 1945 kepada generasi penerus.	444
9	Taman Panorama Baru	Pemandangan kearah Ngarai Sianok dan dari Taman Panorama Baru terlihat tiga gunung yaitu Gunung Merapi, Gunung Singgalang dan Gunung Sago.	-
10	Museum Kelahiran Bung Hatta	Terletak di jalan Soekarno Hatta, terdapat barang – barang peninggalan Bung Hatta beserta sejarah hidup Bung Hatta.	8.939
11	Istana Bung Hatta	Merupaka tempat kediaman panglima pertahanan Jepang.	Tidak untuk umum

Sumber : Arsip Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi

Dari tabel 1 diatas ada 11 objek wisata yang ada Kota Bukittinggi, semua objek wisata tersebut memiliki daya tarik keindahan tersendiri bagi pasar wisatawan. Dan dari tabel 1 tersebut peneliti mengambil 3 objek penelitian yaitu Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan atau lebih dikenal dengan Kebun

Binatang Kota Bukittinggi karena objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinanta merupakan objek wisata Kota Bukittinggi yang paling banyak di kunjungi oleh para wisatawan. Dalam wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan juga terdapat dua objek wisata lainnya yaitu Benteng Fort de Kock dan Museum Rumah Gadang Baanjuang.

Apabila dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi dapat dilihat dari tabel 2 berikut :

Tabel 2. Jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi

Tahun	Jumlah Pengunjung
2018	1.164.284
2019	1.012.920
2020	507.316
2021	749.811

Sumber : Arsip Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi

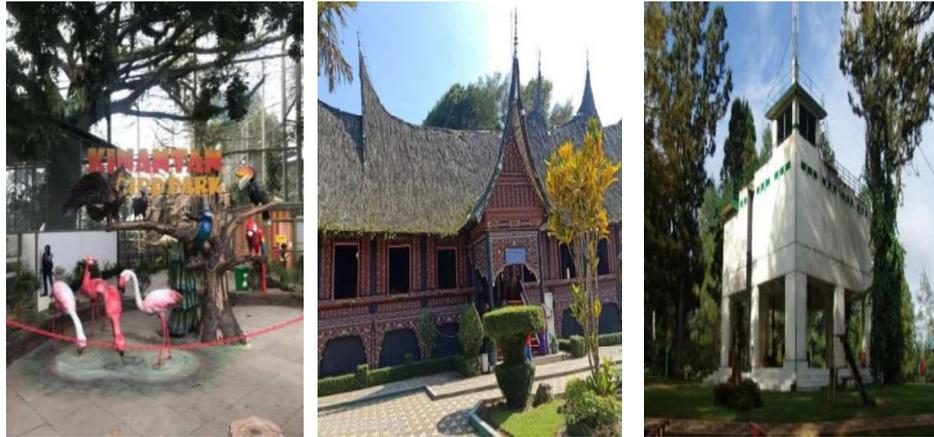
Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi dilihat pada tabel 2 diatas memperlihatkan terjadinya jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi belum stabil dari beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2020 hal ini disebabkan karena adanya *pandemic Covid-19* yang masuk ke Kota Bukittinggi mengakibatkan pemerintah harus menutup sementara seluruh objek wisata yang ada di Kota Bukittinggi. Sedangkan pada tahun 2021 pemerintah membatasi jumlah kunjungan wisatawan Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat.



Gambar 1. Desain Gerbang masuk Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Bukittinggi

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2022

Sebelum memasuki kawasan Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan para wisatawan yang membawa kendaraan bisa memarkirkan kendaraan yang telah disediakan didepan loket objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan. Di tempat parkir kendaraan Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan ada kios-kios pedagang *souvenir* dan oleh – oleh khas Kota Bukittinggi. Harga tiket masuk ke Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan adalah Rp 25.000. Setelah membayar tiket masuk pada loket, wisatawan dapat mengelilingi area objek wisata dan menikmati keanekaragaman hewan yang ada di Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan, wisatawan juga bisa mengunjungi objek wisata lainnya yaitu Rumah Adat Baanjuang yang di dalamnya terdapat benda – benda peninggalan sejarah MinangKabau. Objek wisata selanjutnya yang berada di dalam komplek Taman Marga Satwa dan Budaya adalah Benteng Fort de Kock, dapat dilalui dengan Jembatan Limpapeh. Pada Benteng Fort de Kock ini terdapat benteng pertahanan dan meriam – meriam perang peninggalan masa penjajahan Belanda dan kawasan sekitar benteng sudah dipugar oleh pemerintah daerah menjadi sebuah taman dengan banyak pepohonan rindang dan mainan anak-anak.



Gambar 2. Desain area Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan, Rumah Adat Baanjung dan Benteng Fort de Kock

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2022

Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan merupakan penyumbang Pendapatan Asli Daerah terbanyak di Kota Bukittinggi. dengan jumlah kunjungan wisatawan terbanyak ini menunjukkan *Tourist Experience* sangat terasa diobjek wisata ini, akan tetapi jika dilihat dari ketidak stabilan jumlah kunjungan dalam beberapa tahun terakhir, serta beberapa testimoni yang menggambarkan penilaian negatif dan positif pada objek wisata ini, menandakan bahwa *Tourist Experience* masih belum efektif dilakukan.

Tourist Experience dapat didefinisikan sebagai kesan penting bagi individu yang melakukan kunjungan wisata yang bersifat subjektif, afektif dan tahan lama (Fernandes & Cruz, 2016). Apabila *Tourist Experience* menjadi tidak mudah dilupakan dan terus diingat oleh orang tersebut dalam jangka waktu yang lama makadapat dinyatakan bahwa orang tersebut telah memperoleh *Memorable Tourism Experience* (MTE) sebagai kesan wisatawan terhadap destinasi wisata yang terus menerus diingat setelah kunjungan selesai (Kim *et all*, 2012). Pernyataan tersebut dipertegas dalam penelitian (Muhammad & Aisjah, 2018)

yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat *Memorable Tourism Experience* memiliki peran paling besar dalam mempengaruhi penilaian wisatawan terhadap destinasi suatu wisata. Berikut ini adalah penilaian negatif dan positif dari wisatawan yang pernah datang mengunjungi Taman Marga Satwa dan Budaya Kinanta yang dipublikasikan oleh www.tripadvisor.co.id :

 **Valiant Vemby**
Bukittinggi, Indonesia • 18 contributions 👍 0 ⋮

●●●●○

Tempat wisata recommended saat liburan
Aug 2018 • Friends

Tempat ini sangat cocok untuk liburan bersama keluarga atau para sahabat. Selain kita dapat melihat berbagai macam hewan yang ada, kita juga dapat mencoba untuk menunggangi gajah di taman marga satwa ini. Selain itu di taman marga satwa ini juga terdapat rumah gadang, dimana para pengunjung bisa melihat lihat kebudayaan minangkabau dan mencoba pakaian adat. Selain itu, juga terdapat museum ikan yang memiliki koleksi ikan ikan yang sangat cantik. Terdapat pula area permainan anak seperti bianglala, kuda kudaan, dll. Di taman ini juga terdapat area untuk beristirahat dan juga mushalla yang bisa digunakan untuk melepas penas dan beribadah

[Google Translation](#)

Written July 1, 2019
This review is the subjective opinion of a Tripadvisor member and not of TripAdvisor LLC.

 **an_victor**
Jakarta, Indonesia • 171 contributions 👍 0 ⋮

●●●●○

Kebun Binatang
Aug 2018 • Family

Tarif masuk ke kebun binatang ini sudah satu paket dengan Benteng Fort de Kock, dimana keduanya dihubungkan dengan Jembatan Limpapeh. Hewan peliharaan di tempat ini cukup beragam, namun kondisi kebun binatang agak tidak terawat. Banyak kandang hewan yang terbuat dari besi kondisinya sudah karatan dan patah. Kita bisa berfoto dengan ular jinak & cukup membayar seikhlasnya saja. Di dalam area kebun binatang ada Rumah Gadang. Dengan tambahan biaya kita bisa masuk ke dalamnya dan melihat koleksi-koleksi di dalamnya, serta ada fasilitas bertoko dengan pakaian adat Minangkabau (biaya tambahan).

[Read less](#) ^

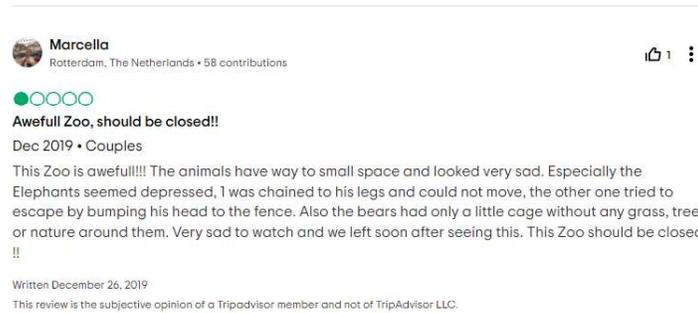
 **Sanne S**
5 contributions 👍 3 ⋮

●○○○○○

Horrible and sad, please do not go here!
Aug 2018 • Couples

We bought a ticket to visit Fort de Kock and since the zoo turned out to be attached to this park, it was a ticket for the zoo as well. The condition of the zoo is terrible for the animals captured there. Immediately at the entrance, we saw a chained elephant in the heat with no where to go... Other animals look underfed. This place really has to close down! Fort de Kock was not that special, so please avoid buying a ticket supporting this zoo and skip this place completely on your trip. There are way nicer places to go in the area!

Written September 19, 2018
This review is the subjective opinion of a Tripadvisor member and not of TripAdvisor LLC.



Gambar 3. Penilaian positif dan negatif wisatawan

Sumber: www.tripadvisor.co.id

Berdasarkan gambar 3 dapat diketahui bahwa Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan sudah mendapat tanggapan positif dan negatif dari wisatawan yang telah mengunjungi objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan yang sesuai dengan harapan di objek wisata. Objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan merupakan Objek wisata paling banyak diminati oleh wisatawan dan memberikan pengalaman yang tidak akan terlupakan bagi pengunjung dan menjadikan *Tourist Experience* bagi para wisatawan yang berkunjung.

Beberapa faktor yang mempengaruhi *Tourist Experience* yaitu *Customer value* dan *Designed Attributes*. *Customer Value* merupakan persepsi dari pelanggan terhadap selisih antara manfaat yang akan mereka terima dan pengorbanan (biaya) yang akan mereka keluarkan untuk memperoleh manfaat tersebut (Kotler & Keller, 2016). Membangun *Customer Value* yang langsung adalah menciptakan nilai dan kepuasan konsumen yang unggul. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang setia dan memberikan pasar bisnis yang lebih besar kepada pasar. Nilai pelanggan merupakan evaluasi pelanggan tentang perbedaan antara keuntungan dan biaya yang harus dikeluarkan (Kotler & Keller,

2016). Pernyataan ini dipertegas dalam penelitian (Nabila & Armida, 2020) yang menyatakan bahwa *Customer Value* memiliki nilai-nilai yang didalamnya merupakan aspek penting dan memiliki hubungan positif terhadap *Tourist Experience* atau sebagai sebuah pengalaman dan preferensi yang realistis dan menarik.

Berdasarkan hasil observasi lapangan adanya beberapa fenomena yang telah ditemukan yaitu jumlah kunjungan akan stabil dan meningkat setiap tahun apabila wisatawan mendapatkan pengalaman yang luar biasa dari kunjungannya ke objek wisata lalu menceritakan kepada orang lain yang akan mengundang wisatawan lain untuk datang. Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan merupakan salah satu objek wisata yang menjadi perhatian peneliti, karena objek wisata ini merupakan salah satu peninggalan sejarah. Toko-toko menyediakan atribut lengkap yang dianggap mampu untuk memberikan kesan dan kenangan jangka panjang bagi wisatawan, banyak nilai pelanggan yang potensial yang mampu diberikan, dilihat dari hal tersebut objek wisata ini seharusnya efektif dalam menciptakan *Tourist Experience* atau sebuah pengalaman dan preferensi yang realistis dan menarik.

Selain itu, wisatawan akan mendapatkan sebuah pengalaman yang mengesankan yang akan tersimpan dalam memori jangka panjang, serta peningkatan jumlah kunjungan pada tahun berikutnya, dimulai dari manfaat yang bisa didapat dari berkunjung ke objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan, dengan adanya desain atribut bangunan yang unik yang menggambarkan ciri khas Minangkabau dalam objek wisata ini.

Selain *Customer Value*, faktor yang dapat mempengaruhi *Tourist Experience* adalah *Designed Attributes*. Desain yang baik dimulai dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Lebih dari sekedar menciptakan atribut produk maupun jasa, tapi desain melibatkan pembentukan pengalaman pemakaian produk bagi pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan inti dari produk yang akan dibeli konsumen. Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) Desain Produk merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen. Desain yang baik dimulai dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Dilihat dari desain atributnya memang Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan ini terlihat indah dan menonjolkan ciri khas adat minangkabau didalam desain beberapa bangunan mulai dari gerbang, tempat oleh-oleh, patung yang menggunakan pakaian adat, loket dan posko keamanan semuanya didesain dengan ciri khas rumah adat tradisional minangkabau. *Designed Attributes* dari objek wisata ini pada masuk ke dalam Taman Marga Satwa dan Budaya kita bisa melihat pada tugu selamat datang seperti gonjong Rumah Adat MinangKabau dan juga ada ikon harimau yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung apalagi sekarang Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan sudah di perbarui menjadi lebih asri. Desain pada Museum Rumah Adat Baanjuang kita bisa merasakan Rumah Gadang pada zaman dahulu dan masih begitu asli yang memiliki Lasuang untuk pemumbuk padi. Sedangkan pada Benteng Fort de Kock memiliki desain yang terdiri dari sebuah benteng

perlindungan dan meriam – meriam pada zaman perang. Pernyataan ini dipertegas dalam penelitian (Azizah dan Usmantoro, 2019) yang menyatakan bahwa *Designed Attributes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Tourist Experience*. Suatu produk produk wisata disajikan harus memiliki ciri khas tertentu agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata, maka peran produk wisata sangat penting bagi kegiatan wisatawan. Semakin meningkatnya kebutuhan wisatawan mendorong pihak yang terlibat dalam industri pariwisata terus membuat produk wisata (Hapsari *et all*, 2016).

Berdasarkan uraian masalah, maka peneliti tertarik dan berkeinginan untuk membahas tentang **“Pengaruh *Customer Value* Dan *Designed Attributes* Terhadap *Tourist Experience* Pada Objek Wisata Taman Marga Satwa Dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka masalah yang diidentifikasi peneliti yaitu :

1. Jumlah kunjungan wisatawan ke Objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi yang belum stabil terlihat naik turun dalam beberapa tahun terakhir.
2. Adanya keluhan negatif tentang dimana jika diliat dari testimoni wisatawan terdapat keluhan terhadap spot tempat masih belum terurus, banyaknya sampah, serta penataan tempat yang membuat pengunjung kelelahan.

3. Adanya keluhan serta penilaian negatif terhadap *Tourist Experience* dilihat dari testimoni wisatawan yang pernah mengunjungi objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan seperti : kebersihan objek wisata, perawatan hewan yang kurang terurus, aktivitas pengunjung yang terabaikan, sarana dan prasarana yang perlu diperbaiki.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka batasan dari penelitian ini adalah masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini diduga erat kaitanya dengan variabel *Tourist Experience* pada objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi yaitu *Customer Value* dan *Designed Attributes*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah, yaitu :

1. Bagaimana Pengaruh *Customer Value* terhadap *Tourist Experience* wisatawan pada objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kota Bukittinggi.
2. Bagaimana pengaruh *Designed Attributes* terhadap *Tourist Experience*, pada objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kota Bukittinggi.
3. Bagaimana pengaruh *Customer Value* dan *Designed Attributes* secara bersama-sama atau simultan terhadap *Tourist Experience*, pada objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kota Bukittinggi.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi tentang :

1. Menganalisis Pengaruh *Customer Value* dapat berpengaruh positif terhadap *Tourist Experience* di objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi.
2. Menganalisis *Designed attributes* dapat berpengaruh positif terhadap *Tourist Experience* di objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi.
3. Menganalisis *Customer Value* dan *Designed attributes* berpengaruh positif terhadap *Tourist Experience* di objek wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan ke Kota Bukittinggi.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan bagi kajian ilmu mengenai *Tourist Experience*, serta dapat dijadikan sebagai acuan ataupun referensi bagi peneliti lanjutan dalam mengembangkan kajian mengenai *Customer Value* dan *Designed Attributes*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Pihak Pengelola objek Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan acuan dan saran agar bermanfaat bagi para pengelola dalam merencanakan strategi pengembangan *Tourist Experience* yang tepat dalam upaya untuk membentuk dan meningkatkan *Customer Value* dan *Designed Attributes* melalui variabel *Tourist Experience* Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi dan informasi khususnya perpustakaan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan serta dapat dijadikan referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya dan sebagai bahan pertimbangan.