FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGUNJUNG KEBUN RAYA MANGROVE GUNUNG ANYAR SURABAYA

Factors Influencing Visitor Satisfaction at Mangrove Botanical Garden Gunung Anyar Surabaya

Ananda Nabila Laraswari, Teguh Soedarto, dan Nuriah Yuliati
Program Studi Agribisnis, Fakultas pertanian,
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

ABSTRACT. *The Mangrove Botanical Garden of Gunung Anyar is the first and only thematic Mangrove Botanical Garden in Indonesia. Covering a total area of 34 hectares, the Mangrove Botanical Garden of Gunung Anyar houses 59 types of mangrove plants. In 2024, there was a decline in visitor numbers, possibly due to the implementation of entrance tickets which were previously not enforced or were free. This change has prompted many visitors to reconsider visiting the Mangrove Botanical Garden of Gunung Anyar. The aim of this study is to analyze the factors influencing visitor satisfaction levels at the Mangrove Botanical Garden of Gunung Anyar. Quantitative data analysis was conducted using SEM-PLS through the Warp-PLS 7.0 application with four variables: service quality, price, facilities, and destination image. In this analysis, researchers collected and processed data from questionnaires distributed to visitors, assigning weights to each Likert scale response. The research findings indicate that service quality has a coefficient path of 0.03 and a significance of 0.36, showing a positive but not significant effect on visitor satisfaction, thus rejecting the hypothesis. Meanwhile, the influence of price, facilities, and destination image on visitor satisfaction demonstrates a positive and significant impact with a significance value of <0.01, thereby accepting the hypothesis. Destination image has the most significant impact on visitor satisfaction, with a path coefficient of 0.48, and the most influential indicator being unique destination image with a path coefficient of 0.897.*

Keywords: 3 *– Satisfaction; Visitor; Mangrove Botanical Garden*

ABSTRAK. Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar merupakan Kebun Raya Mangrove Tematik pertama dan satu-satunya di Indonesia. Dengan total Luas Lahan mencapai 34 hektar, Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar memiliki 59 jenis tanaman mangrove. Pada tahun 2024 jumlah kunjungan mulai menurun, hal ini bisa disebabkan karena adanya pemberlakuan tiket masuk yang sebelumnya tidak diberlakukan atau gratis. Perubahan ini akan membuat banyak pengunjung berpikir kembali untuk mengunjungi Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar. Analisis data secara kuantitatif menggunakan SEM-PLS melalui aplikasi WarpPLS 7.0 dengan 4 variabel yaitu: kualitas layanan, harga, fasilitas dan citra destinasi. Dalam analisis ini, peneliti perlu mengumpulkan dan mengolah data dari kuesioner untuk disebarkan kepada pengunjung dengan memberikan bobot pada setiap jawaban pertanyaan dengan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai koefisiensi jalur 0,03 dan signifikansi 0,36 berpengaruh positif, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung sehingga hipotesis ditolak. Sedangkan, pengaruh harga, fasilitas dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai signifikansi <0,01 sehingga hipotesis diterima. Citra destinasi berpengaruh paling besar terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai koefisien jalur 0,48 dan indikator yang paling berpengaruh ialah *unique destination image* dengan nilai koefisien jalur 0,897.

Kata kunci: **3** – Kepuasan; Pengunjung; Kebun Raya Mangrove

Penulis untuk korespondensi, surel: teguh_soedarto@upnjatim.ac.id

PENDAHULUAN

Pengembangan sektor pariwisata memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, baik bagi Negara maupun masyarakat lokal di suatu wilayah tersebut (Hindaria *et al.*, 2023). Dalam jangka pangjang, pengembangan pariwisata sebagai sektor ekonomi dapat dikembangkan dengan meningkatkan ukuran pelayanan dan banyaknya objek wisata, sehingga dapat memberikan keuntungan kepada wilayah tersebut (Aji *et al., 2018)*. Salah satu bagian dari subsektor industri pariwisata yang sering didatangi oleh pengunjung dalam dan luar negeri adalah ekowisata (Rijal *et al*., 2020). Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia dan berperan sebagai pusat pemerintahan Provinsi Jawa Timur. Beberapa bagian Kota Pahlawan, terdapat banyak lokasi wisata alam yang bisa ditemukan (Hindaria *et al*., 2023).

Sebagai pusat pemerintahan Provinsi Jawa Timur, Kota Surabaya memiliki luas wilayah sekitar 326,37 km². Keseluruhan, wilayahnya merupakan daratan rendah dengan ketinggian 3–6 meter diatas permukaan air laut, sementara di bagian selatan mencapai ketinggian 25 hingga 50 meter diatas permukaan laut (Suharyo & Hidayah, 2019). Kota Surabaya, yang terletak di tepi utara Pulau Jawa memiliki garis pantai yang luas meliputi bagian pesisir yang langsung berbatasan dengan Laut Jawa. Salah satu wilayah pesisir yang potensial untuk pariwisata adalah kawasan ekosistem hutan mangrove (Fahrian *et al.,* 2015).

Menurut data BPS di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2021, luas kawasan konservasi perairan sebesar ±3.506 Ha (4,80%), daratan sebesar ±230.126 (0,07%) Ha, jumlah konservasi sebesar ±233,632.00 Ha dengan Jumlah Kawasan Hutan ± 1.361.146 Ha (28,36%) dan keseluruhan luas Jawa Timur sebesar ±4.800.069 Ha (100%). Sebagian besar kawasan konservasi perairan tersebut terdiri dari hutan mangrove, yang merupakan kawasan konservasi yang vital untuk melindungi keanekaragaman hayati di wilayah pesisir dan perairan. Karena luasnya kawasan konservasi perairan dan hutan mangrove, pelestarian dan rehabilitasi hutan mangrove sangat penting untuk menjaga keberlanjutan ekosistem pesisir Provinsi Jawa Timur. Ekowisata pesisir di Gunung Anyar yang bergantung pada perikanan dan kehidupan laut merupakan salah satu desa di wilayah timur Surabaya memiliki potensi untuk dikembangkan secara holistik, yang dapat diamati dari beberapa keunikan yang ada di sekitarnya (Ali & Soedarto, 2022).

Hutan Mangrove Surabaya saat ini telah resmi ditetapkan oleh pemerintah ke menjadi kategori sebagai Kebun Raya. Pemerintah telah mengambil keputusan ini sebagai langkah penting dalam pengelolaan dan pelestarian hutan Berdasarkan laman resmi Badan Pangan Nasional, Kebun Raya Mangrove Surabaya merupakan satu-satunya Kebun Raya Mangrove Tematik dan pertama. Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar adalah salah satu objek ekowisata di pesisir Kota Surabaya setelah Ekowisata Mangrove Wonorejo. Tempat ini memiliki 59 jenis tanaman mangrove dengan luas lahan mencapai 34 hektar, terdiri dari 27 hektar di Gunung Anyar dan Medokan Sawah, serta 7 hektar di Wonorejo.

Pemanfaatan ekosistem mangrove dalam konteks ekowisata sejalan dengan pergeseran minat pengunjung dari *old tourism*, di mana kunjungannnya hanya untuk wisata saja tanpa ada unsur pendidikan dan konservasi, menjadi *new tourism*, di mana pengunjung juga terlibat dalam unsur pendidikan dan konservasi dalam wisatanya (Ramadhani *et al.,* 2018). Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar juga menyediakan berbagai fasilitas pendukung, seperti *science center* sebagai fasilitas pembelajaran dan penelitian. Selain itu Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar juga menawarkan beberapa fasilitas lainnya, seperti sentra wisata kuliner, perpustakaan, merchandise, auditorium, menara pantau, *jogging track, playground,* sepeda air, perahu wisata, mobil listrik, beberapa mushola dan toilet serta lahan parkir yang memadai.

Perkembangan pariwisata di Indonesia menyebabkan adanya ketertarikan pengunjung, baik pengunjung mancanegara maupun pengunjung nusantara untuk datang mengunjungi Daerah Tujuan Wisata (DTW). Pertambahan jumlah pengunjung setiap harinya dapat mengetahui seberapa besar akses kunjungan bagi destinasi wisata yang berkembang. Pengembangan daya tarik wisata (DTW) memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan pengembangan sektor pariwisata di suatu daerah (Amerta, 2019). Dengan melihat peningkatan atau penurunan jumlah kunjungan, dapat diketahui sejauh mana daya tarik dan

popularitas destinasi tersebut, serta dampaknya bagi pengembangan ekowisata selanjutnya.

Gambar 1. Rekapitulasi Pengunjung Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar 2023-2024

Berdasarkan gambar 1 jumlah pengunjung Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya tahun 2023-2024 terjadi secara fluktuatif. Pada awal tahun 2023 pembangunan dan penataan kawasan Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar sedang berlangsung. Ada kemungkinan bahwa beberapa area di kawasan tersebut sudah dapat diakses oleh publik pada periode Januari-Juni 2023 secara terbatas. Hal ini dikarenakan kebun raya belum secara resmi dibuka untuk umum. Sehingga jumlah kunjungan pun masih minim dan masih terbatasnya jumlah fasilitas yang tersedia yang memungkinkan kurang maksimalnya pengunjung yang datang. Terjadi lonjakan pengunjung terjadi setelah peresmian pada Juli 2023 sebanyak 6.695 orang, hal ini menunjukkan bahwa peresmian Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar ini memiliki dampak positif dalam meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi tempat ekowisata tersebut. Didukung dengan adanya promosi dan pemberitaan yang menarik perhatian sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Pada bulan Oktober-Desember 2023 sebesar 8,26-67% jumlah pengunjung mengalami penurunan yang bisa disebabkan karena musim penghujan. Penurunan pengunjung pada musim hujan dan akhir tahun, dengan adanya peningkatan pada bulan Desember ke Januari sebanyak 5.154 orang yang datang berkunjung karena libur Natal dan Tahun Baru. Setelah diresmikan menjadi sebuah Kebun Raya, fasilitas yang tersedia juga dapat memengaruhi jumlah pengunjung. Semakin lengkap dan menarik fasilitas yang tersedia, semakin banyak orang yang tertarik untuk mengunjunginya.

Pada tahun 2024 jumlah kunjungan mulai menurun sebesar 30-56%, hal ini bisa disebabkan karena adanya pemberlakuan tiket masuk yang sebelumnya tidak diberlakukan atau gratis. Oleh karena adanya perubahan ini, sebagian besar pengunjung akan berfikir kembali untuk mengunjungi Kebun Raya Mangrove setelah adanya pemberlakuan harga tiket masuk ini. Meskipun harga tiket yang diberlakukan masih tergolong murah, namun dengan adanya pemberlakuan ini menjadikan minat pengunjung menjadi menurun.

Kemungkinan beberapa pengunjung akan merasa keberatan dengan pemberlakuan tiket masuk, terutama bagi mereka yang sebelumnya berkunjung gratis. Pemberlakuan tiket masuk diperkirakan menjadi faktor utama yang menyebabkan penurunan jumlah kunjungan Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar pada periode Januari-Maret 2024. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis faktor-faktor penyebab penurunan jumlah pengunjung tersebut. Dalam upaya mengoptimalkan kinerja agrowisata dan mempertahankan serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, peran pengunjung merupakan elemen kunci dalam memperkuat potensi agrowisata secara berkelanjutan (Aprianti *et al.*, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan, dari bulan Februari hingga Maret 2024 di Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar yang berlokasi di Gunung Anyar Tambak, Kecamatan Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya. Apabila jumlah populasinya sangat besar dan tidak terbatas sehingga sulit untuk mengetahui dan menghitung semua sampelnya, maka penentuan populasi dapat menggunakan rumus Wibisono dalam (Riduwan, 2020) yaitu jika nilai σ tidak diketahui, standar deviasi yang digunakan adalah 0,25. Kemudian dengan tingkat presisi 5% dan tingkat kepercayaan

95% serta error estimasi kurang dari 0,05 karena α= 0,05, maka Z 0,05 memiliki nilai 1,96. Maka dari hasil perhitungan dalam rumus Wibisono didapatkan jumlah sampel minimum sebesar 96,04. Dalam penelitian ini, peneliti perlu mendapatkan data setidaknya 100 responden. Teknik sampling yang diipilih adalah *accidental sampling,* dengan memilih responden yang memeniuhi kriteria usia 17 tahun keatas dan pernah mengunjungi Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar setidaknya 1 kali dalam rentang waktu enam bulan (Agustus-Januari).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk mendukung data penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan pengunjung untuk mendapatkan informasi tambahan dalam pengisian kuesioner. Selanjutnya, melakukan observasi dari hasil kegiatan pengamatan dilapangan. Selanjutnya, data sekunder dikumpulkan untuk mendapatkan data laporan kunjungan tahunan dari pengelola Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya serta dari beberapa referensi baik melalui buku, jurnal dan studi literatur tentang ekowisata mangrove.

Analisis Data

Analisis data menggunakan *Structural Equatiom Model – Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan menggunakan software Warp-PLS versi 7.0 untuk memeriksa hubungan antara empat variabel secara kuantitatif, yaitu: kualitas layanan, harga, fasilitas dan citra destinasi. Untuk keperluan analisis ini, peneliti perlu mengumpulkan data dan mengolah data dari kuesioner untuk disebarkan kepada pengunjung Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar dengan memberikan bobot pada setiap jawaban pada pertanyaan yang dituliskan dengan skala likert.

Tahapan analisis SEM-PLS:

a. Analisa *Model Pengukuran (Outer Model)*
   - *Convergent validity*
     Penilaian validitas konvergen melibatkan nilai *loading factor* pada variabel endogen dan eksogen. Sholihin & Ratmono, 2013 menyatakan bahwa nilai *loading factor* >0,70 dianggap valid, sedangkan nilai *signifikansi*

jika nilainya 0,15, dan besar jika nilainya 0,35.

dibawah 0,05 menunjukkan signifikan yang relevan.
   - *Discriminant Validity*
     Nilai validitas diskriminan diperoleh dari nilai *loading factor* dalam sebuah konstruk.
   - *Average Variance Extracted (AVE)*
     Nilai *Average Variance Extracted (*AVE) memberikan hasil evaluasi validitas diskriminan dari konstruk dan variabel endogen serta eksogen. Standar minimal nilai AVE adalah 0,50.
   - *Composite Reliability*
     Nilai *composite reliability* sebaiknya minimal 0,70. Jika *composite reliability* diatas 0,80, menunjukkan bahwa data memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.
   - *Cronbach Alpha*
     Nilai *Cronbach alpha* juga mencerminkan relibiliatas suatu konstruk. Standar minimal nilai ini adalah 0,60.

b. Analisa *Inner Model* (Model Structural)
   - *R-Square*
     R-*Square* menggambarkan seberapa besar variabilitas variabel eksogen yang dapat menjelaskan variabilitas variabel endogennya. Tingkat kejelasan variabilitas ini dikategorikan dalam beberapa kriteria, dimana nilai *r-Square* 0.67 menunjukkan penjelasan yang kuat, 0.33 menunjukkan Tingkat penjelasan yang moderat, dan 0.19 menunjukkan Tingkat penjelasan yang lemah.
   - *Prediction relevance (Q-Square)*
     Penilaian Q-*Square* dilakukan hanya pada konstruk endogen yang memiliki indikator reflektif. Kategori nlai Q-*Square* adalah kecil jika nilainya 0.02, sedang jika nilainya 0.15, dan besar jika nilainya 0.35. jika *Q-square* >0, ini menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediksi, sebaliknya jika nilai *Q-Square* ≤0, model tersebut dianggap memiliki urang memiliki relevansi prediksi yang kurang.
   - *Path Coefficients*
     Koefisien jalur adalah ukuran yang menunjukkan seberapa kuat hubungan atau pengaruh dari konstruk laten dalam penelitian. Pengujian untuk nilai ini menggunakan teknik *bootstrapping.*
   - *Effect Size (F-Square*)
     Nilai F-*Square* menggambarkan pengaruh konstruk eksogen pada konstruk endogen sehubungan dengan signifikansinya. Kategori nilai F-Square adalah lemah jika nilainya 0,02, sedang
   - *Goodness of Fit (GoF)*

Nilai Goodness of Fit yang kurang dari 0,1, menandakan bahwa nilai ini memiliki kemampuan dalam memprediksi model sangat rendah dan dipertimbangkan untuk diterima. Berikut merupakan kriteria hasil penggunaan WarpPLS 7.0 pada model ukuran fit, yaitu:

a. Nilai *Average Path Coefficients* (APC), *Average R-Squared* (ARS), dan *Average Adjusted R-Squared* (AARS) sebaiknya memiliki nilai signifikan dibawah 0,05 dengan tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%.
b. *Nilai Average Block Variance Inflation* (AVIF) ≤5 masih dapat diterima. Dengan nilai idealnya ≤3,3.
c. *Tenenhaus* GoF (GoF) memiliki nilai kecil ≥0,1, sedang ≥0,25, besar ≥0,36.
d. *Nilai Sympson's Paradox Ratio* (SPR) >0,7 masih bisa diterima. Dengan nilai ideal 1.
e. *Nilai R-Squared Contribution Ratio* (RSCR) ≥0,9 masih bisa diterima. Dengan nilai ideal 1.
f. *Nilai Statistical Suppression Ratio* (SSR) diterima jika nilainya diatas 0,7.
g. *Nilai Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio* (NLBCDR) diterima jika nilainya diatas 0,7.

- *Mengonstruksi diagram jalur*

Penelitian ini menggunakan empat variabel eksogen yaitu kualitas layanan (X1) dengan 4 indikator reflektif, harga (X2) dengan 5 indikator reflektif, fasilitas (X3) dengan 3 indikator reflektif, dan citra destinasi (X4) dengan 3 indikator reflektif, dan satu variabel endogen yaitu (kepuasan pengunjung) dengan 3 indikator.

c. Mengonversi diagram jalur ke bentuk persamaan

Persamaan model pengukuran

- Persamaan konstruk eksogen

$X_{11} = \lambda_{11} \xi_1 + \delta_1$
$X_{12} = \lambda_{21} \xi_1 + \delta_2$
$X_{13} = \lambda_{31} \xi_1 + \delta_3$
$X_{14} = \lambda_{41} \xi_1 + \delta_4$
$X_{21} = \lambda_{12} \xi_2 + \delta_5$
$X_{22} = \lambda_{22} \xi_2 + \delta_6$
$X_{23} = \lambda_{32} \xi_2 + \delta_7$
$X_{24} = \lambda_{42} \xi_2 + \delta_8$
$X_{25} = \lambda_{52} \xi_2 + \delta_9$
$X_{31} = \lambda_{13} \xi_3 + \delta_{10}$
$X_{32} = \lambda_{23} \xi_3 + \delta_{11}$
$X_{33} = \lambda_{33} \xi_3 + \delta_{12}$
$X_{41} = \lambda_{14} \xi_4 + \delta_{13}$
$X_{42} = \lambda_{24} \xi_4 + \delta_{14}$
$X_{43} = \lambda_{34} \xi_4 + \delta_{15}$

- Persamaan konstruk endogen

$Y_{11} = \lambda_{15} \eta + \varepsilon_1$
$Y_{12} = \lambda_{25} \eta + \varepsilon_2$
$Y_{13} = \lambda_{35} \eta + \varepsilon_2$

Persamaan model struktural

$\eta = \gamma_1\xi_1 + \gamma_2\xi_2 + \gamma_3\xi_3 + \gamma_4\xi_4 + \zeta_1$

Keterangan:

X = variabel
η = Kepuasan Pengunjung
$\gamma_1, \gamma_2, \gamma_3, \gamma_4$ = Koefisien variabel kualitas layanan, harga, fasilitas dan citra destinasi
ζ = Galat dalam model

d. Pengujian hipotesis

Validitas suatu hipotesis dapat ditentukan melalui Tingkat signifikansinya. Tingkat signifikansi dapat menentukan suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak. Tingkat signifikansi dalam penelitian ini <0,05,

Hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian:

$H_0 : \beta = 0$

(Variabel tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung)

$H_a : \beta \neq 0$

(Variabel berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Evaluasi *Outer Model* (Model Pengukuran)

1. Nilai *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*

Nilai *loading factor* dalam tabel 1 ditunjukkan dengan nilai yang dicetak tebal pada setiap variabel dan indikatornya. Nilai ini dinyatakan valid apabila nilainya >0.70.

Tabel 1. *Indicator Loadings* dan *Cross Loadings*

	X1	X2	X3	X4	Y	*P-Value*	Keterangan
X1.1	**(0.847)**	0.042	0.102	-0.185	0.148	<0.001	Valid
X1.2	**(0.820)**	-0.218	-0.219	-0.141	0.500	<0.001	Valid
X1.3	**(0.853)**	0.021	-0.125	-0.187	0.174	<0.001	Valid
X1.4	**(0.821)**	0.153	0.242	0.526	-0.832	<0.001	Valid
X2.1	0.028	**(0.859)**	0.044	-0.045	-0.207	<0.001	Valid
X2.2	0.080	**(0.901)**	-0.155	0.135	0.045	<0.001	Valid
X2.3	-0.042	**(0.786)**	-0.061	-0.022	0.159	<0.001	Valid
X2.4	-0.217	**(0.842)**	0.177	0.159	-0.256	<0.001	Valid
X2.5	0.135	**(0.886)**	0.001	-0.225	0.258	<0.001	Valid
X3.1	0.203	-0.058	**(0.832)**	0.085	0.091	<0.001	Valid
X3.2	-0.126	0.030	**(0.880)**	0.245	-0.304	<0.001	Valid
X3.3	-0.065	0.025	**(0.887)**	-0.323	0.216	<0.001	Valid
X4.1	-0.269	0.134	00.287	**(0.802)**	-0.146	<0.001	Valid
X4.2	-0.003	-0.008	-0.167	**(0.897)**	-0.080	<0.001	Valid
X4.3	0.252	-0.116	-0.093	**(0.865)**	0.218	<0.001	Valid
Y1	0.301	-0.118	0.003	-0.205	**(0.880)**	<0.001	Valid
Y2	-0.108	-0.167	0.053	0.154	**(0.897)**	<0.001	Valid
Y3	-0.194	0.292	-0.058	0.050	**(0.867)**	<0.001	Valid

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa indikator variabel eksogen dan endogen yaitu memiliki nilai >0,70. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan nilai indikator yang dicetak tebal dalam kurung telah memenuhi syarat nilai. Hal ini berarti bahwa indikator dapat dinyatakan valid karena korelasi indikator dan konstruknya lebih besar daripada korelasi indikator dengan konstruk yang lainnya.

2. *Average Variance Extracted (AVE)*

   Nilai ini digunakan untuk mengukur seberapa besar validitas yang dijelaskan oleh indikator-indikator dalam konstruk. Nilai AVE dianggap valid jika nilainya lebih besar dari 0,50.

Tabel 2. *Correlations Among Latent Variable with Square Roots of AVEs*

	X1	X2	X3	X4	Y	Keterangan
X1	**(0.835)**	0.710	0.673	0.671	0.666	Valid
X2	0.710	**(0.856)**	0.642	0.741	0.732	Valid
X3	0.673	0.642	**(0.866)**	0.781	0.785	Valid
X4	0.671	0.741	0.781	**(0.856)**	0.847	Valid
Y	0.666	0.732	0.785	0.847	**(0.882)**	Valid

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan secara keseluruhan >0,80. Artinya, hasil nilai AVE diatas telah memenuhi syarat diatas 0,50. Berdasarkan tabel diatas nilai yang diberi tanda kurung menunjukkan bahwa nilai konstruk lebih besar daripada korelasi antar konstruknya sehingga nilai AVE bisa dinyatakan valid.

3. *Composite Reliability dan Cronbach Alpha*

   Nilai ini menunjukkan ukuran sejauh mana indikator-indikator dalam suatu konstruk konsisten dalam mengukur konstruk tersebut.

Tabel 3. *Latent Variable Coefficients*

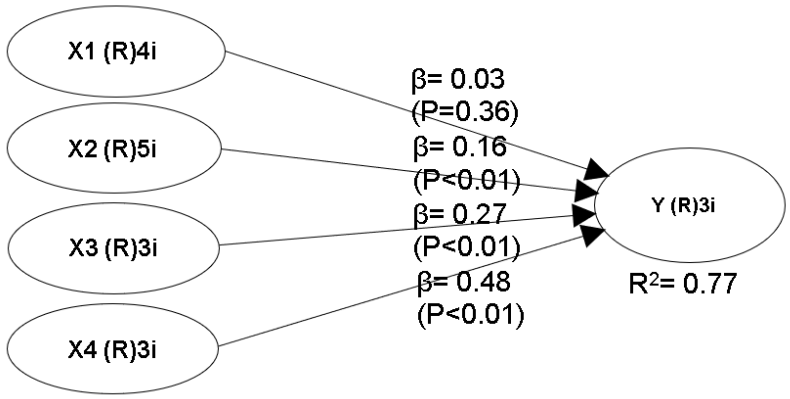
	X1	X2	X3	X4	Y	Keterangan
Composite Reliability	0.902	0.932	0.900	0.891	0.913	Reliabel
Cronbach's Alpha	0.855	0.908	0.833	0.816	0.857	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3 nilai *composite reliability* pada setiap variabel secara keseluruhan konstruk menunjukkan nilai > 0,80 yang artinya keseluruhan konstruk

dapat dinyatakan reliabel. Sedangkan pada nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan bahwa secara keseluruhan konstruk memiliki nilai >0,60 yang artinya keseluruhan kosntruk dapat dinyatakan reliabel. Secara keseluruhan, nilai *composite reliability* dan *Cronbach Alpha* telah memenuhi kriteria atau syarat uji, sehingga semua variabel dapat dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Evaluasi Inner Model (Model Structural)

1. Koefisien jalur dan signifikansi



Gambar 2. Diagram Koefisien jakur dan Signifikasi

Berdasarkan gambar 2, menjelaskan bahwa tidak semua variabel memiliki pengaruh siginifikan terhadap variabel Y. Koefisien jalur X1 (kualitas layanan) sebesar 0,03 pada nilai signifikan sebesar 0,36. Koefisien jalur X2 (harga) sebesar 0,18. Koefisien jalur X3 (fasilitas) memiliki nilai 0,27. Sedangkan, koefisien jalur X4 (citra destinasi) memiliki nilai 0,48. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel X2 (Harga), X3 (fasilitas), dan X4 (citra destinasi) berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Y (kepuasan pengunjung) . Sementara variabel X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (kepuasan pengunjung).

2. *R-Square dan Q-Square*

R-square menunjukkan nilai sebesar 0,773. Menurut Ghozali & Latan, 2016 nilai *r -square* dikatakan kuat apabila nilainya 0,70, dikatakan moderate jika nilainya 0,45 dan dikatakan lemah jika nilainya 0,25. Dari hasil uji yang didapatkan, menunjukkan bahwa nilai *r-square* ialah 0,773. Nilai ini masuk kedalam kategori kuat. Artinya, sebesar 77,3% dari tingkat kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh variabel-variabel seperti, kualitas layanan, harga, fasilitas dan citra destinasi. Sementara 22,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Sedangkan, nilai *Q-square* sebesar 0,776 yang menjelaskan bahwa nilai ini tergolong dalam kategori besar. Ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang baik dalam memprediksi, karena nilainya melebihi 0.

3. *Estimate for Path Coefficients*

Variabel eksogen (Kualitas layanan) terhadap variabel endogen (Kepuasan pengunjung) memiliki nilai 0.034, variabel harga terhadap variabel kepuasan pengunjung memiliki nilai 0,177, variabel fasilitas terhadap variabel kepuasan pengunjung memiliki nilai 0,274, variabel citra destinasi terhadap variabel kepuasan pengunjung memiliki nilai 0,479. Oleh karena itu, arah hubungan variabel eksogen (Kualitas layanan, harga, fasilitas, dan citra destinasi) terhadap kepuasan pengunjung adalah positif, karena nilai berada pada rentang 0 sampai dengan 1 maka dapat dinyatakan positif.

4. *Effect Size (F-Square*)

Variabel kualitas layanan (X1) mempengaruhi kepuasan pengunjung (Y) sebesar 0,023, harga (X2) berpengaruh sebesar 0,130, fasilitas (X3) berpengaruh sebesar 0,215, pengaruh dan citra destinasi (X4) berpengaruh sebesar 0,405. Hasil ini menunjukkan X1 berpengaruh lemah terhadap Y. Sementara X2 dan X3 berpengaruh menengah terhadap Y, dan X4 pengaruh besar terhadap Y.

5. *Goodness of Fit* (GoF)

Nilai ini mengacu pada hasil evaluasi dari keseluruhan model pengukuran yang melibatkan hubungan antara variabel konstruk dengan indikator-indikatornya. Nilai GoF dianggap signifikan dengan nilai signifikansi <0,05, ini menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang tinggi terhadap data. Analisis ini bertujuan agar data yang telah diuji dapat menunjukkan kesesuaian dalam hasil datanya.

Penilaian model fit dapat dilihat dengan beberapa indeks model fit. Nilai model fit dapat dililhat dalam Tabel 4, dibawah ini,

Tabel 4. Nilai Model fit / GoF

Indeks	Hasil Analisis	Standar Nilai	Keterangan
Average path coefficient (APC)	0,241, P<0,001	P<0,05	Memenuhi
Average R-squared (ARS)	0,773, P<0,001	P<0,05	Belum Memenuhi
Average Adjusted R - Squared (AARS)	0,763, P<0,001	P<0,05	Belum Memenuhi
Average block VIF (AVIF)	2,864	Diterima jika ≤5, Ideal ≤3,3	Diterima
Tenenhaus GoF (GoF)	0,755	≥0,1, ≥0,25, ≥0,36 (Kecil, Menengah Besar)	Besar
Sympson's paradox ratio (SPR)	1,000	Diterima jika ≥0,9, Ideal = 1	Ideal
R-Squared Contribution Ratio (RSCR)	1,000	Diterima jika ≥0,9, Ideal = 1	Ideal
Statistical Suppression Ratio (SSR)	1,000	Diterima jika ≥0,7	Diterima

Dari Tabel 4 nilai *Average path coefficient* (APC) sebesar 0,241 dengan *p-value* <0,001, nilai Average R-Squared (ARS) sebesar 0,773 dengan p-value <0,001, nilai *Average Adjusted R-Square* sebesar 0,763 dengan P<0,001. Kriteria dalam indeks APC, ARS, dan AARS adalah nilai signifikansi kurang dari 0,05 dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5%. Dari hasil uji didapatkan bahwa nilai APC memenuhi syarat fit, sedangkan nilai ARS dan AARS belum memenuhi syarat atau tidak memenuhi. Sedangkan untuk nilai AVIF menunjukkan hasil nilai sebesar 2,864 artinya dapat diterima. Nilai ini menunjukkan bahwa 2,864 ≤5. Sehingga nilai AVIF menunjukkan hasil yang bisa diterima atau memenuhi syarat nilai.

Nilai t*enenhaus* GoF (GoF) pada tabel 4 menunjukkan hasil uji sebesar 0,755. Nilai ini menunjukkan bahwa hasil nilai yang termasuk kategori besar dengan ketentuan dari standar nilai 0,36. Untuk nilai SPR dan nilai RSCR menunjukkan hasil uji sebesar 1,000. Nilai ini menunjukkan bahwa nilai 1,000 masih ideal dari syarat nilai. Sedangkan nilai SSR, dan nilai NLBCDR menunjukkan hasil sebesar 1,000. Nilai ini menunjukkan bahwa hasil uji nilai telah memenuhi syarat nilai uji 1,000 ≥ 0,7 yang artinya diterima.

Evaluasi Model Persamaan

Persamaan model pengukuran
f(KL, error) → X1.1= 0,847 KL+δ_1
f(KL, error) → X1.2= 0,820 KL+δ_2
f(KL, error) → X1.3= 0,853 KL+δ_3
f(KL, error) → X1.4= 0,821 KL+δ_4
f(H, error) → X2.1= 0,859 H+δ_5
f(H, error) → X2.2= 0,901 H+δ_6
f(H, error) → X2.3= 0,786 H+δ_7
f(H, error) → X2.4= 0,842 H+δ_8
f(H, error) → X2.5= 0,886 H+δ_9
f(F, error) → X3.1= 0,832 F+δ_{10}
f(F, error) → X3.2= 0,880 F+δ_{11}
f(F, error) → X3.3= 0,887 F+δ_{12}
f(CD, error) → X4.1= 0,802 CD+δ_{13}
f(CD, error) → X4.2= 0,897 CD+δ_{14}
f(CD, error) → X4.3= 0,865 CD+δ_{15}
f(KP, error) → Y1.1= 0,880 KP+ε_1
f(KP, error) → Y1.2= 0,897 KP+ε_2
f(KP, error) → Y1.3= 0,867 KP+ε_3

Keterangan:
δ dan ε = Nilai error

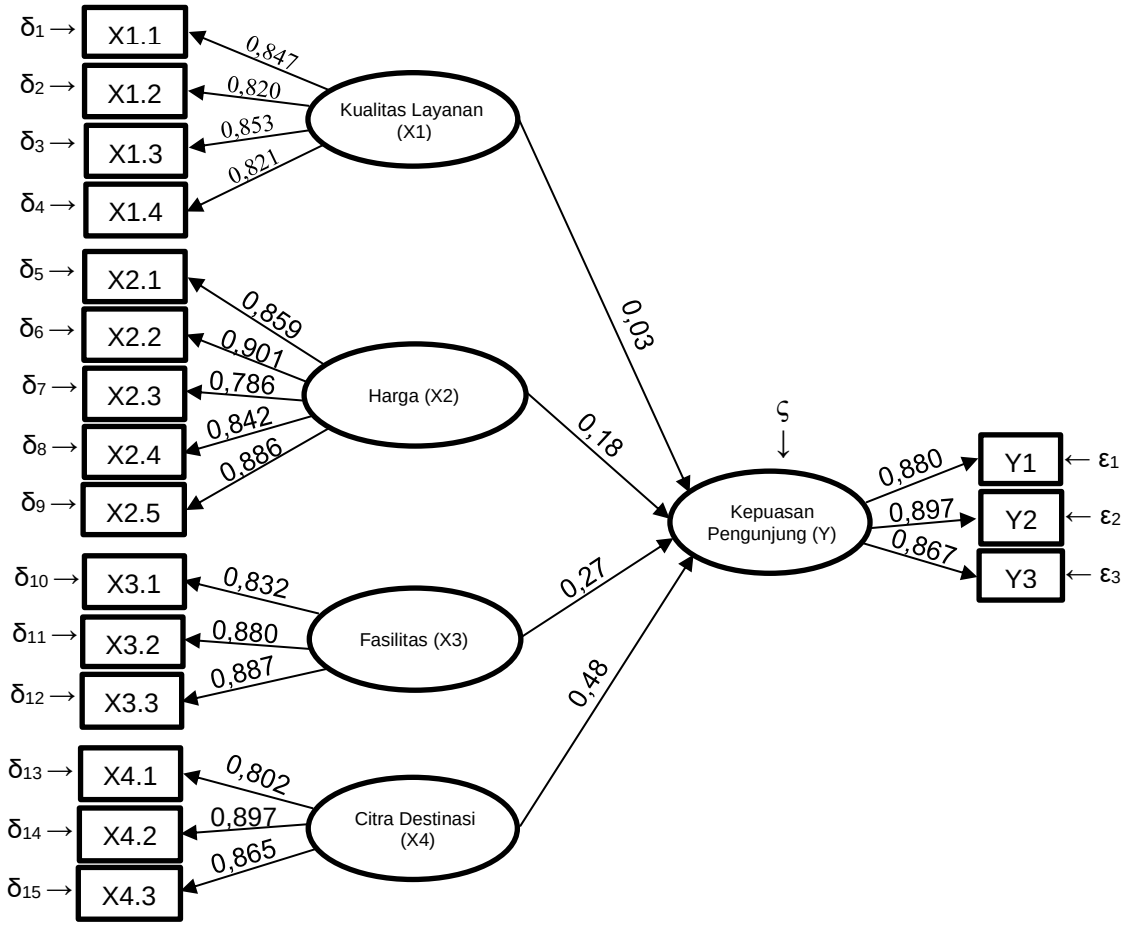
Persamaan Model Struktural
KP = f(KL, H, F, CD, error)

Y = 0,03 KL + 0,18 H + 0,27 F + 0,48 CD + ς, R^2 = 0,77

Keterangan:
KP = Kepuasan pengunjung
KL = Kualitas Layanan
H = Harga
F = Fasilitas
CD = Citra Destinasi
ς = Nilai error

Diagram Jalur Akhir SEM-PLS

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan menggunakan aplikasi WarpPLS, didapatkan hasil korelasi jalur, koefisiensi jalur dan nilai p dari setiap variabel. Nilai tersebut menggambarkan hubungan antar kontruk dengan nilai koefisiensi yang ditetapkan dari hasil uji.



Gambar 3. Diagram Akhir Model Uji SEM-PLS

Hasil Uji SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan Gambar 3 menunjukkan nilai koefisiensi jalur sebesar 0,03 dengan nilai signifikansi sebesar 0,36. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya sehingga hipotesis ditolak. Dampak positif dari kualitas layanan menandakan bahwa semakin baik layanan yang didapat, maka semakin tinggi kepuasannya. Namun, ketidaksignifikan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan pengunjung di Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya. Berdasarkan hasil indikator variabel, menunjukkan bahwa keandalan memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,847, kesadaran memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,820, perhatian memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,853 dan ketepatan memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,821.

Artinya nilai indikator perhatian> keandalan>ketepatan> kesadaran. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian lebih besar dari keandalan dikarenakan pengunjung merasa tindakan yang diberikan oleh petugas dalam memberikan pelayanan dapat membantu mereka sesuai dengan keinginan atau harapan pengunjung. Keandalan lebih besar dari ketepatan menunjukkan bahwa dalam memberikan layanan yang konsisten dan sesuai sangat penting bagi pengunjung. Ketepatan lebih besar dari kesadaran menunjukkan bahwa jika pengunjung merasa bahwa layanan yang diberikan sudah tepat sesuai kebutuhan mereka. Sedangkan, pada indikator kesadaran menunjukkan bahwa kurangnya kemampuan dalam memahami apa yang dibutuhkan atau diinginkan pengunjung.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan Gambar 3 menunjukkan bahwa nilai koefisiensi jalur 0,18 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,01. Nilai tersebut menandakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya sehingga hipotesis diterima. Semakin terjangkau harga yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi jumlah pengunjung Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya. Berdasarkan hasil indikator variabel, menunjukkan bahwa keterjangkauan harga memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,859, kesesuaian harga dengan kualitas produk atau layanan memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,901, daya saing harga memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,786, kesesuaian harga dengan manfaat memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,842, harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,886. Artinya nilai indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk atau layanan > harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan > keterjangkauan harga > kesesuaian harga dengan manfaat > daya saing harga.

Hal ini menunjukkan bahwa harga dengan indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk atau layanan lebih besar dari harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Nilai koefisien jalur yang tinggi menunjukkan bahwa kesesuaian harga dengan kualitas produk atau layanan berpengaruh besar terhadap indikator lainnya dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan pengunjung cenderung melihat nilai tambah dari produk atau layanan yang mereka beli jika harga sesuai dengan kualitas yang mereka harapkan.

Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan lebih besar dari keterjangkauan harga menunjukkan bahwa harga memiliki peran yang kuat dalam memengaruhi perilaku pembelian pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung akan lebih peka terhadap harga dan keputusan mereka dalam membeli dipengaruhi secara signifikan oleh harga yang ditawarkan.

Keterjangkauan harga lebih besar dari kesesuaian harga dengan manfaat menunjukkan bahwa sejauh mana harga produk/ layanan dapat dijangkau oleh konsumen. Pengunjung akan lebih mungkin memilih produk atau layanan yang dapat mereka beli dengan harga yang terjangkau. Kesesuaian harga dengan manfaat lebih besar dari daya saing harga menunjukkan bahwa sejauh mana harga yang dikeluarkan oleh pengunjung sesuai dengan manfaat yang mereka terima dari produk atau layanan tersebut. Meskipun harga yang kompetitif dapat menarik perhatian pengunjung, indikator kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima lebih mempengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan Gambar 3, menunjukkan nilai koefisiensi jalur 0,27 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,01. Nilai tersebut menandakan bahwa fasilitas pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya dan hipotesis diterima. Semakin baik fasilitas yang ada maka semakin tinggi kepuasan pengunjung ekowisata Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya. Berdasarkan hasil indikator variabel, menunjukkan bahwa kondisi dan fungsi fasilitas memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,832, kemudahan menggunakan fasilitas memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,880, kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,887. Artinya nilai indikator kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas > kemudahan menggunakan fasilitas > kondisi dan fungsi fasilitas. Hal ini menunjukkan bahwa indikator kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas lebih besar dari kemudahan menggunakan fasilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur yang tinggi menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel

fasilitas dalam penelitian ini. Artinya, pengunjung cenderung memberikan nilai lebih tinggi terhadap fasilitas yang lengkap, bersih, dan teratur. Dengan adanya fasilitas lengkap membuat pengunjung merasa puas untuk mengunjungi ekowisata ini, sedangkan kebersihan dan kerapian menjadikan daya tarik bagi pengunjung karena merasa ekowisata ini memiliki tempat yang nyaman dalam memenuhi harapan pengunjung.

Kemudahan menggunakan fasilitas lebih besar dari kondisi dan fungsi fasilitas mengacu pada seberapa mudah pengunjung dapat menggunakan fasilitas yang tersedia. Pengunjung akan lebih puas jika mereka dapat dengan mudah menggunakan fasilitas yang disediakan. Meskipun kondisi dan fungsi fasilitas lebih rendah namun indikator ini tetap penting dalam menilai kualitas fasilitas secara keseluruhan. Indikator lainnya seperti kebersihan dan kerapian serta kelengkapan fasilitas seringkali memberikan kesan yang lebih terhadap kepuasan pengunjung. Pengunjung lebih menilai fasilitas berdasarkan penampilan secara langsung yang mereka lihat. Fasilitas merupakan hal yang sangat penting dan harus tersedia dengan baik agar pengunjung bisa melakukan aktivitas wisatanya dengan lancar dan mudah sehingga memberikan kesan yang baik bagi wisatawan tersebut (Pakpahan *et al.,* 2023).

Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan Gambar 3 menunjukkan nilai nilai signifikansi sebesar 0,48 pada jalur koefisien dengan p kurang dari 0,01. Nilai tersebut menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya dan hipotesis diterima. Semakin positif citra destinasi yang ada, maka semakin tinggi kepuasan pengunjung ekowisata Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya.

Berdasarkan hasil indikator variabel, menunjukkan bahwa *cognitive destination image* memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,802, *unique destination image* memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,897, *affective destination image* memiliki nilai koefisiensi jalur sebesar 0,865. Artinya nilai indikator *unique destination image* > *cognitive destination image* > *affective destination image*. Hal ini menunjukkan bahwa indikator *unique destination image* lebih besar dari *cognitive destination image* artinya keunikan wisata merupakan hal yang dapat menarik minat pengunjung. Destinasi yang unik cenderung lebih menjadi daya tarik karena mereka menawarkan pengalaman yang berbeda dan tidak biasa. Pengunjung akan lebih suka berkunjung ke tempat yang tidak dapat mereka temukan di tempat lain.

Cognitive destination image lebih besar dari *affective destination image* menunjukkan bahwa pengetahuan yang mereka dapatkan ketika mengunjungi sebuah destinasi wisata akan lebih mendominasi mereka daripada perasaan yang mereka alami setelah mereka mengunjungi sebuah destinasi wisata Pengetahuan yang mereka dapatkan tentang destinasi juga dapat membangun kepercayaan dan keyakinan mereka terhadap pengalaman yang akan mereka dapatkan. Sedangkan, *affective destination image* meskipun lebih rendah dari *unique destination image* namun perasaan atau emosional yang positif atau menyenangkan dapat meningkatkan kesan keseluruhan yang dimiliki oleh pengunjung terhadap destinasi. Meskipun respons emosional dapat mempengaruhi keseluruhan pengalaman pengunjung, pengaruhnya cenderung lebih tidak konsisten dan dapat berfluktuasi. Hal ini berbeda dengan keunikan yang ditawarkan pada destinasi wisata yang menawarkan daya tarik tersendiri yang dapat diandalkan sebagai alasan untuk mengunjungi destinasi tersebut. Sehingga pengunjung bisa tertarik mengunjungi destinasi wisata tersebut, sehingga dapat menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pengunjung.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar. Sedangkan harga, fasilitas dan citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar. Citra destinasi merupakan variabel dengan koefisien jalur sebesar 0,48 yang menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh paling besar terhadap kepuasan pengunjung. Indikator yang paling berpengaruh ialah *unique destination image*. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik yang menjadi faktor yang menarik dalam mempengaruhi minat pengunjung. Variabel

fasilitas dengan hasil sebesar 0,27 dan indikator yang paling berpengaruh ialah kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang artinya dengan adanya fasilitas lengkap membuat pengunjung merasa puas untuk mengunjungi ekowisata ini, sedangkan kebersihan dan kerapian menjadikan daya tarik bagi pengunjung karena merasa ekowisata ini memiliki tempat yang nyaman dalam memenuhi harapan pengunjung., Variabel harga dengan koefisien jalur sebesar sebesar 0,18 dan indikator yang berpengaruh ialah kesesuaian harga dengan kualitas produk atau layanan. Sedangkan, variabel kualitas layanan dengan koefisien jalur sebesar 0,03 dan indikator perhatian dengan koefisien jalur yang tinggi yang menunjukkan bahwa pengunjung merasa tindakan yang diberikan oleh petugas dalam memberikan pelayanan dapat membantu mereka sesuai dengan keinginan atau harapan pengunjung.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, saran yang bisa disampaikan ialah bahwa kepuasan pengunjung pada fasilitas yang ada sudah cukup baik dan perlu dipertahankan, harga yang ditentukan oleh Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya sudah terjangkau bagi pengunjung serta pada citra destinasi wisata telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung. Sedangkan pada kualitas layanan, petugas Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya perlu adanya kesadaran membantu pengunjung dalam mengatasi kendala dan keluhan. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan bagi petugas Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar untuk meningkatkan tanggung jawab terhadap kebutuhan pengunjung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UPTD Kebun Raya Mangrove Surabaya dan DKPP Kota Surabaya atas kesempatan yang diberikan untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan pengunjung di Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, R. R., Pramono, R. W. D., & Rahmi, D. H. 2018. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Ekonomi Wilayah di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Planoearth*, *3*(2), 57–62.

Ali, M., & Soedarto, T. 2022. Review: Pengembangan Agro –Ekowisata di Wilayah Pesisir Utara Jatim pasca Covid-19(Perspektif Pengelolaan Sumberdaya Manusia). *NEKTON*, *2*(1), 1–12.

Amerta, I. M. S. 2019. *Pengembangan Pariwisata Alternatif* (A. Nur, Ed.). Scopindo Media Pustaka.

Aprianti, C. S., Mubarokah, & Yuliati, N. 2023. Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata PetikApel Kelompok Tani Makmur Abadi (KTMA) Kota Batu. *Jurnal Ilmiah Respati*, *14*(2), 144–157.

Badan Pangan Nasional. 2023, October 22. *Tinjau Kebun Raya Mangrove di Surabaya, NFA bersama Komisi IV DPR Apresiasi Pemberdayaan UMKM pangan lokal*. Badanpangan.Go.Id.

Fahrian, H. H., Putro, S. P., & Muhammad, F. 2015. Potensi Ekowisata di Kawasan Mangrove, Desa Mororejo, Kabupaten Kendal. *Journal of Biology & Biology Education*, *7*(2), 104–111.

Ghozali, I., & Latan, H. 2016. *Partial Least Square: Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0*. Universitas Diponegoro.

Hindaria, S., Kusbandrijo, B., & Wahyudi, E. 2023. Peran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surabaya Dalam Pemulihan Sektor Wisata Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar Pasca Pandemi. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, *3*(05).

Pakpahan, D. M., Soedarto, teguh, & Roidah, I. S. 2023. Strategi Pengembangan Agrowisata Ladang Anggrek di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, *23*(3), 3306–3313.

Ramadhani, G., Bahari, Y., & Salim, I. 2018. Analisis Dampak Adanya Ekowisata Mangrove Pada Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Di Desa Pasir Kabupaten Mempawah. *International Conference on Teaching and Education*, *2*, 1–6.

Riduwan, A. 2020. *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistika* (Z. Arifin, Ed.; 7th ed.). Alfabeta.

Rijal, S., Nasri, N., Ardiansyah, T., & A, C. 2020. Potensi Pengembangan Ekowisata Rumbia Kabupaten Jeneponto. *Jurnal Hutan Dan Masyarakat*, *12*(1), 1.

Sholihin, M., & Ratmono, D. 2013. *Analisa SEM-PLS Dengan Warppls 3.0 Untuk Hubungan Nonlinear Dalam Penelitan Sosial Dan Bisnis* (Seno, Ed.; 1st ed.). Penerbit Andi.

Suharyo, O. S., & Hidayah, Z. 2019. Pemanfaatan Citra Satelit Resolusi Tinggi Untuk Identifikasi Perubahan Garis Pantai Pesisir Utara Surabaya. *Jurnal Kelautan: Indonesian Journal of Marine Science and Technology*, *12*(1), 89.