

Kata Pengantar

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas terbitnya Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan (JMPP) Volume 7, Issue 3, Tahun 2024. Edisi ini kembali menghadirkan berbagai artikel ilmiah yang relevan dan inovatif, memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pariwisata, perhotelan, dan manajemen.

Dalam edisi ini, kami dengan bangga menyajikan artikel-artikel yang mencakup berbagai topik menarik. Kajian tentang pariwisata berbasis kearifan lokal dan keberlanjutan menjadi fokus utama beberapa artikel, seperti "Implementasi Kearifan Lokal untuk Pariwisata Berkelanjutan di Desa Wisata Boti Kabupaten Timor Tengah Selatan, Provinsi Nusa Tenggara Timur" dan "Pengembangan Wisata Spiritual Berbasis Budaya Bali di Siwa Linggam Temple Ubud". Penelitian-penelitian ini menegaskan pentingnya pelestarian budaya dalam pengelolaan destinasi wisata.

Topik pengelolaan dan promosi destinasi wisata juga menjadi perhatian, seperti yang tercermin dalam artikel "Manajemen Promosi Destinasi Wisata Alam Desa Allang Asaude Melalui Media Sosial" dan "Strategi Marketing Desa Wisata Penglipuran-Bali Dalam Upaya Keluar dari Krisis". Di sisi lain, kajian terkait kepuasan wisatawan, seperti "Kepuasan Wisatawan Pantai Tanjung Papuma, Kabupaten Jember Berdasarkan Importance Performance Analysis" dan "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Masjid Sultan Mahmud Ri'ayat Shah Kota Batam", menawarkan wawasan praktis untuk meningkatkan pengalaman wisata.

Edisi ini juga mengupas peran perempuan dalam pengelolaan pariwisata, yang dibahas dalam artikel "Keterlibatan Perempuan dalam Pengelolaan Homestay di Desa Wisata Keliki Kabupaten Gianyar". Selain itu, isu gaya hidup dan teknologi modern di dunia pariwisata diangkat dalam artikel "Pengaruh Gaya Hidup, Electronic Word of Mouth, dan Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Destinasi Wisata Kuliner Desa Wisata Serangan".

Kami berharap berbagai artikel dalam edisi ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi akademisi, praktisi, serta pengambil kebijakan di bidang pariwisata dan perhotelan. Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para penulis, mitra bestari, dan tim editorial atas kontribusi, kerja keras, dan dedikasinya sehingga jurnal ini dapat terbit tepat waktu dengan kualitas yang terjaga.

Semoga JMPP terus menjadi media yang inspiratif dan informatif dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta praktik di bidang pariwisata dan perhotelan. Selamat membaca, semoga edisi ini memberikan banyak manfaat dan wawasan baru.

Singaraja, November 2024

A.A. Ngurah Yudha Martin Mahardika
Editor in Chief

Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata (JMPP)

DAFTAR ABSTRAK

JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA (JMPP)
VOLUME 7 (3), 2024

- 1-14 **PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG MASJID SULTAN MAHMUD RI'AYAT SHAH KOTA BATAM**
Tini Sariani, Arina Luthfini Lubis

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung di Masjid Sultan Mahmud Ri'ayat Shah, Batam. Metode kuantitatif deskriptif digunakan dengan sampel sebanyak 100 responden yang terdiri dari pengunjung masjid. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan lokasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Fasilitas berkontribusi sebesar 26,0% terhadap kepuasan pengunjung, sedangkan lokasi memberikan kontribusi sebesar 56,3%. Secara keseluruhan, fasilitas dan lokasi menjelaskan 45,6% variasi dalam kepuasan pengunjung, dengan sisanya 54,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil uji F menunjukkan bahwa fasilitas dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dengan nilai Fhitung sebesar 40,248 dan signifikansi 0,000. Meskipun demikian, terdapat variabel lain seperti kualitas layanan dan aksesibilitas yang berpotensi mempengaruhi kepuasan namun belum diukur dalam penelitian ini. Implikasi praktis dari temuan ini adalah bahwa pengelola masjid perlu meningkatkan kualitas fasilitas yang ada serta memperbaiki akses dan pengelolaan lokasi untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.

- 15-23 **ANALISIS FAKTOR WISATA DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE KOTA BATAM**
Cania Herna Lolita, Eryd Saputra, Eva Amalia

Batam adalah kota yang dikenal sebagai pusat industri, perdagangan, dan pariwisata. Letaknya yang strategis, berdekatan dengan Singapura dan Malaysia, menjadikannya sebagai tujuan yang ideal untuk pengembangan kota agar lebih dikenal oleh wisatawan, baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Penelitian ini dilakukan di kota Batam dengan fokus pada variabel-variabel yang berpotensi meningkatkan citra merek kota tersebut dalam konteks pariwisata. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh dalam membangun citra merek perjalanan kota Batam. Metode analisis statistik yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Analisis Faktor, yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap Batam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari lima faktor utama yang diidentifikasi, yaitu natural attractions, cultural identity, reputation, destination shopping, dan modern. Faktor Modern muncul sebagai yang paling dominan dalam membentuk citra merek Batam. Faktor modern yaitu menggabungkan teknologi dengan kehidupan perkotaan. Konsep Modern city dengan integrasi teknologi dan infrastruktur yang maju menjadi daya tarik yang sangat potensial untuk menarik wisatawan, terutama generasi muda. Penelitian ini menyarankan agar kota Batam lebih menata kota Batam menjadi kawasan kota dengan infrastruktur yang maju dan wisata kawasan modern. Ini bisa dilakukan melalui berbagai kegiatan seperti memberikan pengalaman wisatawan yang unik, produk wisata berbasis teknologi seperti wahana festival, atraksi dan permainan harus terus dikembangkan. Pemerintah kota Batam juga harus mempermudah akses ke berbagai destinasi wisata.

- 24-33 **PERAN WISATA PUSAKA DALAM MENDORONG EKONOMI LOKAL PERKOTAAN ENDE NUSA TENGGARA TIMUR**
Clara Loekito, Amiluhur Soeroso, Nur Widiyanto

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran wisata pusaka dalam mendorong ekonomi lokal di Kota Ende, Nusa Tenggara Timur. Wisata pusaka merupakan sektor pariwisata berbasis budaya dan sejarah yang memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, sekaligus melestarikan warisan budaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan mix metode (kuantitatif dan kualitatif) untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai perkembangan wisata pusaka di Kota Ende. Data kuantitatif dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 196 responden yang terdiri dari pemerintah daerah, masyarakat lokal, dan wisatawan, sementara data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung di lokasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisata pusaka di Kota Ende berkontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, terutama melalui peningkatan pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sektor akomodasi, serta kuliner. Namun, masih terdapat beberapa tantangan utama dalam pengembangannya, seperti keterbatasan infrastruktur dan kurangnya promosi yang efektif. Selain itu, sinergi antara pemerintah daerah, masyarakat, dan sektor swasta diperlukan untuk mendorong keberlanjutan dan keberhasilan pengembangan wisata pusaka. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menyarankan beberapa langkah strategis, seperti perbaikan infrastruktur, peningkatan kapasitas UMKM, serta kolaborasi pentahelix yang melibatkan semua pihak terkait untuk memastikan pengembangan wisata pusaka yang berkelanjutan. Melalui

upaya tersebut, diharapkan wisata pusaka dapat terus berkembang dan memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal serta pelestarian budaya di Kota Ende

- 34-43 **IMPLEMENTASI KEARIFAN LOKAL UNTUK PARIWISATA BERKELANJUTAN DI DESA WISATA BOTI KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN, PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR**
Meiliana Afliana Babu, Lastiani Warih Wulandari, Dwiyono Rudi Susanto

Desa wisata Boti merupakan salah satu desa wisata yang terkenal di Provinsi Nusa Tenggara Timur Indonesia dengan memiliki keunikan tersendiri yang membedakannya dari desa-desa lain di NTT. Desa Boti merupakan suku tertua di Pulau Timor yang masih memegang teguh tradisi dan kearifan lokal mereka ditengah perkembangan jaman yang moderanisasi. Di tengah perkembangan jaman yang semakin moderanisasi desa Boti tetap mempertahankan tradisi dan kebudayaan mereka, hal ini menarik peneliti untuk untuk mengambil penelitian tersebut dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana tentang implementasi kearifan lokal untuk pariwisata berkelanjutan di desa wisata Boti. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi lapangan, studi dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kearifan lokal seperti ume kbubu (rumah adat), tradisi, seni budaya, dan sistem nilai gotong royong dapat menjadi aset penting dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Implementasi kearifan lokal dapat memberikan manfaat, seperti melestarikan budaya, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menjaga kelestarian lingkungan. Namun, terdapat beberapa tantangan dalam implementasi kearifan lokal untuk pariwisata berkelanjutan di Desa Boti, seperti kurangnya sumber daya manusia, pengetahuan tentang pariwisata berkelanjutan, dan koordinasi antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku pariwisata. Penelitian ini menyarankan peningkatan kapasitas masyarakat, pengembangan infrastruktur, dan penguatan kerja sama antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku pariwisata untuk mengatasi tantangan ini.

- 44-53 **KEPUASAN WISATAWAN PANTAI TANJUNG PAPUMA, KABUPATEN JEMBER BERDASARKAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS**
Firda Diartika, Tri Rafika Diyah Indartin, Hablana Rizka

Pantai Tanjung Papuma, terletak di Kabupaten Jember adalah salah satu destinasi wisata pantai yang populer di Jawa Timur. Berbagai pengembangan wisata di Pantai Tanjung Papuma membawa banyak perubahan pada objek wisata terutama pada fasilitas penunjang dan pelayanan wisata di pantai tersebut. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan wisatawan terhadap fasilitas penunjang dan pelayanan wisata di Pantai Tanjung Papuma. Metode yang digunakan adalah importance performance analysis. Berdasarkan hasil analisis didapatkan variabel penunjang wisata yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan yaitu kondisi toilet dan air bersih, kondisi tempat sampah, keberadaan pusat informasi wisata dan penunjuk arah di area wisata, kondisi penginapan, kondisi jalan menuju objek wisata, keberadaan penjaga pantai, dan peran masyarakat dalam memberi informasi. Variabel tersebut merupakan variabel penunjang wisata yang dinilai sangat penting bagi wisatawan Pantai Tanjung Papuma namun dinilai masih kurang kinerjanya sehingga wisatawan tidak merasa puas. Berdasarkan temuan tersebut, pengeloa Pantai Tanjung Papuma dan pemangku kepentingan lainnya, termasuk pemerintah daerah dan masyarakat sekitar, perlu fokus pada peningkatan infrastruktur dasar, peningkatan keterlibatan masyarakat lokal, penyediaan informasi yang jelas dan mudah diakses, serta peningkatan keamanan dan keselamatan wisatawan.

- 54-63 **KETERLIBATAN PEREMPUAN DALAM PENGELOLAAN HOMESTAY DI DESA WISATA KELIKI KABUPATEN GIANYAR**
Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati, Ida Ayu Kalpikawati, I Wayan Jata, Kadek Andita Dwi Pratiwi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterlibatan perempuan dalam pengelolaan homestay di desa wisata Keliki Kabupaten Gianyar Bali. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif mengacu pada model Motivasi, Kesempatan dan Kemampuan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara dengan metode analisis data meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi perempuan dalam mengelola homestay didorong oleh keinginan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga, melestarikan budaya lokal, serta memperoleh pengakuan dan status sosial. Kesempatan yang tersedia bagi perempuan dalam sektor ini meliputi akses terhadap pendidikan dan pelatihan, peluang kewirausahaan, serta dukungan dari program-program pemberdayaan yang meningkatkan partisipasi mereka dalam ekonomi pariwisata. Kemampuan yang dibutuhkan perempuan sebagai pengelola homestay mencakup berbagai aspek, mulai dari manajemen operasional, komunikasi, pemasaran, hingga pengelolaan sumber daya manusia dan lingkungan.

- 64-73 **MANAJEMEN PROMOSI DESTINASI WISATA ALAM DESA ALLANG ASAUDE MELALUI MEDIA SOSIAL**
Sifra Huwae, Nining Yuniati, Dwi Rudi Susanto

Media sosial merupakan sarana yang digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata kepada masyarakat luas. Desa Allang Asaude merupakan salah satu desa dengan potensi wisata alam yang memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan destinasi tersebut kepada pengguna media sosial. Salah satu content creator yakni Marthen Huwae memanfaatkan Instagram dan Tik-Tok untuk mempromosikan destinasi wisata alam

yang berlokasi pada Kabupaten Seram Bagian Barat, Maluku tersebut. Tujuan adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen media sosial Tik-Tok dan Instagram @ExploreAllangAsaude untuk menjadi sumber informasi bagi pengguna media sosial untuk mengunjungi destinasi wisata alam Desa Allang Asaude. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan instrumen wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial dilakukan dengan langkah yakni perencanaan (planning), pelaksanaan (action), pengawasan (controlling), dan evaluasi (evaluation). Kegiatan promosi juga memiliki manfaat yakni membangun dan meningkatkan eksistensi wisata, mempengaruhi minat wisatawan, dan mendapatkan target sesuai dengan segmentasi pasar, mengedarkan informasi dengan mudah dan cepat.

74-82 **PENGARUH HARGA DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP REPURCHASE INTENTION DI COFFEE SHOP KOPI OZ OUTLET SITEBA KOTA PADANG**

Indah Ayuni, Pasaribu

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh harga dan store atmosphere terhadap repurchase intention, karena dilihat dari meningkatnya jumlah coffee shop di Indonesia khususnya Kota Padang. Coffee Shop Kopi Oz di pilih karena Kopi Oz adalah salah satu coffee shop yang perkembangannya bisa dikatakan signifikan karena sudah memiliki 5 cabang dalam waktu 3 tahun. Untuk itu dilakukanlah penelitian ini untuk melihat seberapa besar harga dan store atmosphere mempengaruhi repurchase intention di Coffee Shop Kopi Oz Outlet Siteba Kota Padang. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dimana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang pertanyaannya telah disusun menurut skala likert, analisis data dilakukan dengan analisis regresi berganda. Semua konsumen yang sudah pernah berkunjung dan melakukan pembelian di coffee shop Kopi Oz Outlet Siteba adalah populasi pada penelitian, dan 120 konsumen yang dianggap telah memenuhi syarat akan dijadikan sampel penelitian. Dari penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap repurchase intention sebanyak 11,7%, store atmosphere mempengaruhi repurchase intention sebanyak 18,6%, serta harga dan store atmosphere mempengaruhi niat membeli kembali sebanyak 24,2%. Dilihat dari hasil penelitian maka manajemen Kopi Oz perlu mempertahankan persepsi positif dari konsumennya ini

83-89 **PENGARUH KEPRIBADIAN TERHADAP KINERJA PADA KARYAWAN HOTEL DI JAKARTA**

Tri Erie Wardhani, Yanthi Setyawati, Kholifal Alami, Jaenal Abidin

Kepribadian adalah suatu totalitas psikofisis yang kompleks dari individu. Tujuannya kepribadian berpengaruh terhadap variabel kinerja karyawan Hotel. Metode yang digunakan kuantitatif dengan pengambilan data dan teknik analisis data uji asumsi klasik, Path analysis, SEM. Hasil analisis hipotesis pertama memberikan temuan bahwa Kepribadian (X) berpengaruh secara langsung positif terhadap Kinerja (Y) ini dapat diartikan semakin baik Kepribadian responden akan menyebabkan meningkatnya Kinerja responden begitu juga sebaliknya semakin buruk Kepribadian (X) akan menyebabkan menurunnya Kinerja responden (Y) dan simpulan terdapat pengaruh positif dan signifikan antar variabel kepribadian terhadap kinerja karyawan hotel di Jakarta.

90-100 **PENGARUH STRATEGI PROMOSI BERBASIS STUDY TOUR CAMPUS TERHADAP JUMLAH PENERIMAAN MAHASISWA BARU PROGRAM STUDI DIVISI KAMAR REGULER**

Ayu Dara Tista, Andri Wibowo, Arina Luthfini Lubis

Politeknik Pariwisata Batam memainkan peran penting dalam mendukung dan memajukan sektor pariwisata Batam melalui strategi promosi, khususnya melalui kegiatan study tour kampus yang dilakukan setiap bulan untuk menarik minat calon mahasiswa baru reguler. Namun, meskipun inisiatif ini, institusi ini mengalami penurunan jumlah pendaftaran mahasiswa baru selama tiga tahun terakhir, yang menjadi tantangan serius bagi pihak pengelola. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi promosi berbasis study tour terhadap jumlah penerimaan mahasiswa baru di Program Studi Divisi Kamar. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa aktif angkatan 2021, 2022, dan 2023. Analisis data mencakup pengujian validitas dan reliabilitas instrumen serta regresi linier untuk menentukan hubungan antara variabel promosi dan penerimaan mahasiswa baru. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi promosi berbasis study tour kampus secara signifikan mempengaruhi jumlah penerimaan mahasiswa baru. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa 75,3% varians dalam penerimaan mahasiswa baru dapat diatribusikan pada efektivitas pendekatan promosi ini. Oleh karena itu, hasil penelitian mengkonfirmasi bahwa penerapan strategi promosi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan daya tarik institusi pendidikan dan jumlah pendaftaran mahasiswa baru. Rekomendasi bagi pihak kampus mencakup peningkatan dan pengembangan strategi promosi yang lebih inovatif untuk menarik lebih banyak calon mahasiswa di masa mendatang

101-117 **PENGEMBANGAN WISATA SPIRITUAL BERBASIS BUDAYA BALI DI SIWA LINGGAM TEMPLE UBUD**

I Gusti Bagus Angga Wiguna, Putu Eka Wirawan, Francisca Titing Koerniawaty

Penelitian ini mengevaluasi potensi pengembangan wisata spiritual berbasis budaya Bali di Siwa Linggam Temple Ubud. Dengan menggunakan teori TALC (Tourism Area Life Cycle) dan analisis SWOT berdasarkan

konsep 4A (Attraction, Accessibility, Activities, dan Amenities), penelitian ini mencari strategi pengembangan yang tepat. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Siwa Linggam Temple Ubud, destinasi spiritual yang menyatu dengan budaya Bali dan alam, mengalami perkembangan stabil sejak didirikan oleh Guru Made Sumantra dan kini berada pada tahap konsolidasi dalam model TALC, menunjukkan pertumbuhan berkelanjutan. Analisis SWOT mengindikasikan bahwa strategi pengembangan yang tepat meliputi memanfaatkan kekuatan budaya Bali, menggandeng penyedia transportasi lokal, dan branding Gianyar sebagai pusat pariwisata spiritual. Dengan strategi S-O, Siwa Linggam Temple Ubud diharapkan dapat memaksimalkan potensi pertumbuhannya.

- 118-123 **PERAN MOTIVASI SEBAGAI PEMEDIASI ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA PURA MENGENING TAMPAKSIRING**
Putu Diah Candraswari, Denok Lestari, I Made Darsana

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran motivasi wisatawan sebagai mediator antara electronic word of mouth (e-WOM) dan daya tarik wisata dalam mempengaruhi keputusan berkunjung di Pura Mengening Tampaksiring. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan wisatawan yang pernah berkunjung ke Pura Mengening. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengukur e-WOM, daya tarik wisata, motivasi wisatawan, dan keputusan berkunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi wisatawan memediasi secara signifikan hubungan antara e-WOM dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pura Mengening Tampaksiring. Temuan ini menekankan pentingnya mempertimbangkan motivasi wisatawan dalam strategi promosi dan pengembangan daya tarik wisata untuk meningkatkan keputusan berkunjung.

- 124-136 **REGENERATIF DESAIN KAWASAN PANTAI SAMAS DALAM ARSITEKTURAL EKOLOGIS**
Ariza Sandy Najeha, Aditha Agung Prakoso, Primantoro Nur Vitrianto

Pantai Samas, yang terletak di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, menghadapi tantangan pariwisata yang signifikan akibat keberadaan rumah bordil, serta degradasi sosial dan lingkungan yang berdampak pada kualitas hidup masyarakat. Degradasi ini memperburuk masalah sosial seperti kerawanan pangan dan kemiskinan, sehingga rehabilitasi kawasan menjadi mendesak. Studi ini bertujuan untuk merumuskan langkah-langkah rehabilitasi melalui desain regeneratif, dengan fokus pada peningkatan reputasi kawasan dan perbaikan kondisi lingkungan. Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan spasial diterapkan untuk mengidentifikasi pola dan hubungan elemen-elemen di wilayah studi, seperti distribusi populasi, sumber daya alam, infrastruktur, dan risiko lingkungan, guna memastikan intervensi yang lebih tepat sasaran dan mengumpulkan pendapat masyarakat dengan analisis data NVivo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pantai Samas memiliki potensi sebagai tujuan wisata berkelanjutan yang dapat mendukung kesejahteraan sosial, kesehatan ekologi, dan kemakmuran ekonomi. Keterlibatan masyarakat serta penerapan desain regeneratif dan arsitektur ekologis sangat penting untuk meningkatkan ekologi kawasan dan menarik pengunjung.

- 137-146 **STRATEGI MARKETING DESA WISATA PENGLIPURAN-BALI DALAM UPAYA KELUAR DARI KRISIS**
Dwi Nur Faizal, Agus Purnomo

Penurunan kunjungan wisata dialami oleh Desa Wisata Penglipuran di Kabupaten Bangli, Bali. Salah satu cara keluar dari krisis adalah dengan menjalankan strategi pemasaran dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kapabilitas pengelola Desa Wisata Penglipuran dalam memanfaatkan teknologi sebagai saluran marketing dan menganalisis upaya marketing yang telah dijalankan oleh pengelola Desa Wisata Penglipuran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data primer diambil dari wawancara dengan pengelola Desa Wisata Penglipuran, observasi, dan dokumentasi di lapangan. Penentuan informan wawancara pada pengelola dilakukan secara purposive. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan pengelola dalam menggunakan teknologi untuk sebagai saluran marketing dikatakan baik ditunjukkan dengan variatifnya aplikasi penunjang yang digunakan, media sosial, serta konten yang dibuat. Upaya pemasaran yang telah dijalankan menunjukkan tren positif dibuktikan dengan adanya kenaikan kunjungan wisata selama tahun 2022 yang angkanya melebihi data kunjungan 2019 dan sejalan dengan langkah-langkah marketing downshifting.

- 147-151 **PENGARUH GAYA HIDUP, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI DESTINASI WISATA KULINER DESA WISATA SERANGAN**
Ni Putu Lilia Novie Yanny, I Made Darsana, Gusti Kade Sutawa

Pesatnya pertumbuhan destinasi wisata kuliner di kota Denpasar, khususnya Desa Wisata Serangan, saat ini menjadi alternatif pilihan bagi para calon konsumen salah satunya menjadi destinasi kuliner seafood. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, sosial media dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen di destinasi wisata kuliner Desa Wisata Serangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dalam penelitian ini menggunakan tiga metode pengumpulan data, yaitu dokumentasi, wawancara, dan kuesioner. Teknik analisis ini menggunakan pendekatan dengan metode

alternatif berbasis variance atau component base SEM dengan software SmartPLS versi 3.0, karena teknik analisis data menggunakan Partial Least Square ini memiliki kekuatan untuk mengartikan hubungan antar variabel serta melaksanakan analisis data dalam suatu pengujian. hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, Sosial Media berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Electronic Word of Mouth berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengusaha kuliner di Desa Wisata Serangan dalam merumuskan strategi pemasaran berbasis gaya hidup, media social, dan e-wom.