

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Aktifitas wisata merupakan kegiatan untuk melepas kepenatan dari rutinitas sehari-hari seperti belajar dan bekerja secara berkelanjutan menyebabkan perasaan lelah, bosan dan sebagainya. Kesadaran kebutuhan akan berwisata mulai dirasakan oleh masyarakat disekitar kita, rasa puas yang dirasakan oleh manusia baik melalui panca indra dan perasaan senang akan dapat menghipnotis dan melupakan sejenak rasa lelah, beban dan masalah yang sedang dihadapi, bahkan akan menjadi obat yang sangat mujarab dengan luapan emosi ketika kepuasan dapat diraih setelah menikmati pemandangan alam sebagai kebesarannya yang tiada duanya.

Obyek wisata sengaja dirancang untuk menumbuhkan rasa senang dan santai, sehingga kepenatan yang dirasakan pengunjung bisa hilang. Istilah pariwisata merupakan padanan kata *Tour*, dimana seseorang dalam perjalanannya singgah sementara di beberapa tempat dan akhirnya kembali lagi ke tempat asal ia mulai melakukan perjalanan. Maka, dapat disimpulkan bahwa seseorang yang melakukan kegiatan perjalanan atau *tour* bukan untuk menetap apalagi bekerja namun hanya demi kesenangan untuk sementara waktu.

Secara geografis, Kabupaten Lumajang terletak antara 112o 50'-113o 22' Bujur Timur dan 7o 52' – 8o 23' Lintang Selatan. Kabupaten Lumajang terdiri dari 21 (dua puluh satu) kecamatan, yaitu: Yosowilangun, Kunir, Tempeh, Pasirian, Candipuro, Pronojiwo, Tempursari, Rowokangkung, Tekung, Lumajang,

Sumbersuko, Sukodono, Senduro, Pasrujambe, Padang, Gucialit, Jatiroto, Randuagung, Kedungjajang, Klakah dan Ranuyoso. Adapun batas-batas administrasi Kabupaten Lumajang sebagai berikut: (1) Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Probolinggo, (2) Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Jember, (3) Sebelah Selatan berbatasan dengan Samudera Indonesia, (4) Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Malang.

Kabupaten Lumajang merupakan wilayah dengan karakter wilayah relatif cukup beragam. Dengan karakter wilayah cukup beragam, maka wilayah kabupaten Lumajang ditandai oleh wilayah pertanian, perkebunan, wilayah hutan, perikanan dan sebagainya. Di daerah Lumajang juga mempunyai banyak destinasi tempat wisata alam dan budaya. Kota ini mempunyai banyak tempat wisata sebagai pembelajaran sejarah dan budaya, misalnya: banyak ditemukan situs-situs jaman peninggalan Kerajaan Lamadjang Tigang Juru dengan Raja Arya Wiraraja yang berkuasa pada waktu itu. Hal ini cukup membuktikan bahwa di Kabupaten Lumajang mempunyai kekayaan destinasi wisata. Berikut berbagai kategori wisata yang ada di Lumajang, diantaranya: Wisata Alam Bahari terdiri dari gunung, segitiga ranu, puncak B29 argosari, air terjun, goa, pemandian alam dan pantai, Wisata Sejarah terdiri dari: museum daerah, situs-situs, petilasan dan pure, Wisata Agro terdiri dari: perkebunan, hutan bambu dan Agro royal family, Wisata Kuliner terdiri dari krecek bung sumbermujur, olahan ikan gabus, bebek boom sidorejo, ayam pedas sumbermujur dan pusat jajanan rakyat artagama (LSS), Wisata Lain-lain meliputi: wisata pemadian buatan dan 21 desa wisata dengan kelompok sadar wisata (pokdarwis).

Dilihat dari wisata alam, Kabupaten Lumajang dikelilingi tiga gunung besar yang paling berpengaruh di Pulau Jawa, diantaranya: Gunung Semeru dan Gunung Lemongan yang keberadaannya di daerah Lumajang sendiri dan Gunung Bromo yang berada di daerah Kabupaten Probolinggo, sehingga ketiga gunung ini dapat menjadi pesona tersendiri dibanding daerah lainnya. Sedangkan, tempat untuk dapat melihat dan menikmati pemandangan ketiga gunung eksotik tersebut secara sekaligus yakni melalui Puncak B29 Argosari Kecamatan Senduro.

Dalam hal ini peneliti melihat fenomena wisata alam yang cukup menarik, yaitu: kawasan puncak wisata B29 yang terletak di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang, yang dalam tiga tahun terakhir ini telah banyak dikunjungi wisatawan baik lokal maupun wisatawan mancanegara. Dengan keterbatasan sarana dan prasarana, namun tidak mengurangi minat dari wisatawan untuk berkunjung. Fenomena yang terjadi diperkuat dengan adanya data kunjungan wisatawan yang selalu terjadi peningkatan dalam setiap tahunnya selama tiga tahun terakhir setelah dikenalnya wisata B29 Argosari Senduro Lumajang dikhalayak umum, berikut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Kunjungan Wisatawan Kabupaten Lumajang
Tahun 2013 – 2015

No	Nama Obyek	Tahun 2013		Tahun 2014		Tahun 2015	
		Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman
1	Selokambang	245.046	36	245.378	42	169.920	0
2	Waterpark	147.527	7	147.636	7	61.343	0
3	Segitiga Ranu	17.189	97	17.239	88	18.190	0
4	Pantai Bambang	109.141	0	109.225	0	125.901	70
5	Pantai Meleman	0	0	0	0	23.974	0
6	Pantai Watu Pecak	19.087	0	19.187	0	54.329	0
7	Pantai Wotgalih	24.668	0	24.668	0	35.873	0
8	Pantai Watu Godeg	20.810	4	20.836	6	48.710	0
9	Pantai TPI Tempursari	26.567	4	26.615	4	9.547	0
10	Goa Tetes	7.985	0	7.992	0	8.956	0
11	Hutan Bambu	3.492	12	3.516	12	16.780	0
12	Situs Biting	2.903	0	2.923	0	2.275	0

No	Nama Obyek	Tahun 2013		Tahun 2014		Tahun 2015	
		Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman
13	Candi Randu Agung	3.432	0	3.446	0	4.574	0
14	Candi Gedung Putri	2.993	0	3.010	0	3.454	0
15	Pure Mandara Giri S.A.	79.359	829	79.606	1.087	100.762	265
16	Pemandian T. Semeru	19.186	0	19.186	0	21.816	0
17	Pemandian Kayu Batu	20.040	0	20.132	0	24.480	0
18	Pemandian Al Kautsar	19.706	0	19.717	0	17.676	0
19	Pemandian Joyokarto	19.579	12	19.620	5	24.679	0
20	Gunung Fuji	12.969	0	12.969	0	12.593	0
21	Ranu Pani	22.688	1035	22.735	1.051	38.177	1.667
22	Piket Nol	12.037	0	12.253	0	22.378	0
23	Agro Royal Family	4.640	37	4.661	35	7.851	0
24	Puncak B29 Argosari	1.365	6	27.709	499	41.230	453
JUMLAH		856.410	2.079	870.259	2.836	895.468	2.455
		858.489		873.095		897.923	

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang Tahun 2013-2015

Dari data diatas dapat dilihat bahwa wisata alam Puncak B29 Argosari Senduro meski masih terbilang baru dikenal namun setiap tahunnya telah mengalami peningkatan jumlah wisatawan yang signifikan, yaitu:

Tabel 1.2
Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan
Di B29 Argosari Per Tahun

Tahun	Jumlah Kunjungan	
	Wisnus	Wisman
2015	41.230	453
2014	27.709	499
2013	1.365	6

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang Tahun 2013-2015

Tabel 1.3
Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan B29 Argosari
Per Bulan periode Tahun 2015

Bulan	Jumlah Kunjungan	
	Wisnus	Wisman
Januari	1.967	12
Pebruari	1.684	16
Maret	1.598	27
April	2.457	12
Mei	2.875	15
Juni	2.567	18
Juli	6.752	89
Agustus	3.279	73
September	1.596	12
Oktober	4.592	76
November	4.973	58
Desember	6.890	45
Rata-Rata	3.436	38

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang Tahun 2015

Kawasan puncak wisata B29 merupakan tempat wisata Indonesia, salahsatu bukit yang terletak di Kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TN-BTS) Jawa Timur dengan mempunyai ketinggian bukit mencapai 2.900 meter diatas permukaan laut, sehingga puncak dari B29 merupakan bukit tertinggi di seputar kawasan wisata Gunung Bromo atau lebih dikenal dengan sebutan “NEGERI DIATAS AWAN”. B29 berada di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang merupakan sebuah desa yang sebagian besar penduduknya adalah Suku Tengger dan mayoritas beragama Hindu dengan adat budaya yang sangat kental, dimana penduduk Desa Argosari diyakini masih keturunan dari Kerajaan Majapahit, salahsatu leluhurnya yaitu Roro Anteng dan Joko Seger yang mempunyai banyak anak dan diutus untuk menjaga di empat penjuru kawasan Gunung Bromo baik dari sisi Kabupaten Malang, Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Probolinggo dan Kabupaten Lumajang.

Sebagai bukti sejarah di Kawasan Wisata B29 Argosari yang dijadikan tempat untuk menjaga Kawasan Gunung Bromo dari Penjuru Kabupaten Lumajang, yaitu: Joko Praniti, Joko Pranoto dan Eyang Sapu Jagad, dan juga leluhur inilah yang diyakini menjadi asal mulanya penduduk Desa Argosari Kabupaten Lumajang. Desa Argosari terdiri dari 5 dusun yakni: Dusun Puncak, Dusun Gedok, Dusun Argosari, Dusun Pusung duwur dan Bakalan, Dusun Puncak merupakan Dusun tertinggi yang ada di Desa Argosari.

Asal mula pencetusan nama wisata “B29” dimulai dari adanya patok peninggalan Belanda yaitu “P29” yang letaknya berada diantara perbatasan daerah Kabupaten Lumajang dengan daerah Kabupaten Probolinggo, yang

penyebutannya oleh warga Desa Argosari dalam bahasa jawa yaitu “Puncak Songolikur”. Pada tahun sekitaran 2002 kawasan Wisata Argosari mulai dikenal, dikunjungi dan akhirnya mulai adanya perhatian dari Pemerintah Kabupaten Lumajang melalui Bagian Ekonomi yang merupakan salahsatu instansi yang menandai urusan Pariwisata di Lumajang pada saat itu, kesepakatanpun terjadi antara petugas dari Bagian Ekonomi bidang Pariwisata bersama kerabat Desa Argosari untuk memberi nama dari kawasan wisata ini dengan sebutan B29, yang artinya Bukit yang berada di ketinggian 2900 mdpl.

Desa Argosari yang paling dekat dengan lokasi wisata B29, sebelum dikenalnya wisata B29 sebagian besar penduduk Desa Argosari memiliki mata pencaharian sebagai petani sayur dan bercocok tanam saja, seperti: bawang, kol, kentang, wortel. Warga Argosari menjual sayuran-sayuran tersebut kepada pemasok sayuran yang ada di Daerah Probolinggo karena Desa Argosari berbatasan dengan probolinggo, jika menuju Kabupaten Lumajang atau Kecamatan Senduro masyarakat Argosari sangat kesulitan karena akses jalan yang berbahaya untuk dilalui. Namun setelah dikenalnya wisata B29 ini masyarakat Argosari mulai menjualnya ke Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang bahkan hingga ke Kabupaten Jember karena akses jalan yang sudah diperbaiki dan diaspal, sehingga masyarakat Argosari dapat dengan mudah menuju Lumajang dan sekitarnya.

Masyarakat Argosari sebelumnya merupakan masyarakat yang berada dibawah garis kemiskinan dan sangat memprihatinkan, karena kurang kepedulian dari Pemerintah Daerah Lumajang dan akses jalan yang rusak pada saat itu

menjadikan pihak Pemerintah Daerah jarang untuk berkunjung dan mengetahui langsung kondisi masyarakat Argosari, akan tetapi sekarang masyarakat Argosari sudah memiliki kehidupan yang lebih baik dan layak. Jarak tempuh dari Kota Lumajang menuju Desa Argosari sekitar ± 2 jam dengan jarak tempuh ± 40 km dengan jalan beraspal yang berkelok-kelok dan sedikit ekstrim, namun hal inilah yang sekaligus juga ikut menjadikan pengalaman tersendiri bagi wisatawan yang sudah pernah berkunjung. Untuk menempuh perjalanan menuju Desa Argosari bisa menggunakan kendaraan roda empat dan roda dua, namun untuk sampai ke puncak wisata B29 hanya bisa menggunakan kendaraan roda dua baik pribadi atau bisa menggunakan jasa ojek di Desa Argosari tersebut.

Pesona dan keindahan Kawasan Wisata B29 Argosari sudah tidak diragukan lagi, wisata Argosari menyuguhkan wisata alam yang sungguh indah, perkebunan warga berupa tanaman sayur-sayuran seperti: bawang pre, kubis, kentang, wortel dan cabe membuat mata terpesona melihatnya dimana perkebunan warga ini membentuk petak miring menyesuaikan kontur tanah perbukitan, sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri.

Kawasan wisata B29 Argosari terdapat dua view pemandangan yang sangat menakjubkan yaitu kawasan perkebunan Argosari yang membentuk barisan pegunungan Mahameru dengan puncaknya Semeru dan kaldera lautan pasir Bromo dengan awan tebal yang bergerak seolah menyapa wisatawan yang sedang berkunjung dengan tidak ketinggalan pula sunrise dan sunset yang menjadi andalan wisata ketinggian diatas awan dapat dinikmati disini.

Maka, dengan adanya wisata B29 Argosari bisa dijadikan anugerah sebagai destinasi obyek wisata baru dan percontohan bagi daerah lain di Lumajang yang mampu menangkap peluang usaha dan kesempatan kerja, serta dapat memberikan kontribusi pada pendapatan asli daerah (PAD), dengan tetap menjaga dan melestarikan alam dan hayati melalui eksklusivitas wisata alam.

Dalam rencana pembangunan jangka menengah daerah (RPJMD) Kabupaten Lumajang 2015-2019 dijelaskan pelaksanaan pengembangan pariwisata yang melekat dalam seluruh aspek kehidupan dan mempunyai daya ungkit strategis dalam memacu pertumbuhan daerah. Salah satu prioritas pembangunan daerah yaitu pembentukan daerah tujuan wisata yang kompetitif melalui pengembangan budaya daerah, antara lain: (1) Mengembangkan tujuan/tempat pariwisata dan seni budaya lokal, (2) Mengembangkan 1 (satu) kecamatan 1 (satu) desa wisata.

Pengembangan pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan secara umum menjadi sangat relevan, jika pengembangan pariwisata itu sesuai dengan potensi daerahnya. Dalam upaya meningkatkan pariwisata di Kabupaten Lumajang, maka aktifitas diarahkan pada tata kelola destinasi wisata, penataan wilayah, jalan, jembatan, kualitas sumber daya manusia dan pengembangan pemasaran. Dengan mempertimbangkan kebutuhan wisatawan dalam berwisata ke suatu daerah sebagai indikator untuk mengukur tingkat kepuasan dalam berwisata, sehingga akan mempresepsikan pengalaman tersendiri bagi wisatawan dalam berwisata. Berkaitan dengan pariwisata, meskipun mampu menjadi pangsa pasar yang besar dari bagian perekonomian, pariwisata ternyata masih belum dipahami

dengan baik, mungkin karena produknya sulit untuk ditentukan. Pengalaman pariwisata diartikan bermacam-macam oleh para ahli pariwisata.

Sternberg (1997) “dalam konsep pariwisata mengkonsumsi wisata adalah mengkonsumsi pengalaman. Pemahaman tentang cara dimana wisatawan mengalami sebuah pengalaman tentang tempat dan orang-orang yang mereka kunjungi menjadi penting untuk mempelajari konsumsi atas pariwisata”.

Claudia Jurowski (2009) “pengalaman pariwisata tak terbantahkan menentukan inti dari pemasaran dan pengembangan pariwisata. Tidak ada definisi *universal* yang bisa diterima atas metode yang jelas untuk mengoperasionalkan konsep pengalaman”.

Ritchie (2011) “Pengalaman pariwisata adalah evaluasi subjektif dari individu terhadap kejadian yang berhubungan dengan kegiatan pariwisata pada dirinya mulai dari persiapan untuk bepergian, selama ada di destinasi dan setelahnya selesai perjalanan”.

Tinjauan hal ini terdiri dari perilaku, persepsi, kognisi dan emosi yang baik tersurat maupun tersirat. Pengalaman pariwisata diciptakan melalui proses mengunjungi, belajar dan menikmati kegiatan di lingkungan yang jauh dari rumah. Oleh karena itu, maka perencana pariwisata mestinya memfasilitasi pengembangan sebuah lingkungan destinasi wisata yang meningkatkan daya pikat terhadap wisatawan untuk membuat pengalaman berwisata yang tak terlupakan dalam arti positif.

Experience yang berarti sebuah pengalaman. Kamus bahasa Inggris *Webster* mendefinisikan *experience* sebagai sesuatu dalam hidup yang secara pribadi

ditemui, dialami, atau dilalui, selain itu pengalaman berarti melibatkan indera dan menciptakan kenangan yang tahan lama.

(Schmitt dalam Sigi, 2008:15), “*experiences are private events that occur in response to some stimulation (e.g. as provided by marketing efforts before and after purchase)*”.

Pine and Gilmore dalam Frida (2011), “*The quality experiences provided to customers, which are indeed memorable, directly determine a business’s ability to generate revenue*”.

Dari definisi para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pengalaman merupakan peristiwa-peristiwa pribadi yang terjadi dikarenakan adanya stimulus tertentu, misal yang diberikan oleh pihak pemasar sebelum dan sesudah pembelian barang dan jasa. Dan kualitas pengalaman yang diberikan kepada pelanggan akan mengesankan serta secara langsung menentukan kemampuan bisnis untuk menghasilkan pendapatan. Namun, literatur pariwisata yang masih ada telah memberikan penjelasan terbatas faktor yang menjadi ciri pengalaman pariwisata mengesankan.

Schmitt dalam Andriani (2011), “*dimensi Experiential Marketing meliputi: sense, feel, think, act dan relate*”.

Nigam (2012), *sense* berhubungan dengan *sensory experience* yaitu penciptaan pengalaman yang berkaitan dengan panca indera melalui penglihatan, suara, sentuhan, rasa, dan bau, untuk dimensi *feel* maka layanan harus mampu mempengaruhi mood dan emosi terhadap sebuah merek atau perusahaan, demikian halnya dengan *think*, maka dibutuhkan kecerdasan manajemen untuk

menciptakan pengalaman kognitif dan pemecahan masalah dengan melibatkan pelanggan secara kreatif.

Peter dan Olson (1996), “Dari perspektif teori perilaku konsumen, tingkat kepuasan seseorang dapat disebabkan oleh pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi baik barang atau jasa”.

Alkilani et al (2013), “berpendapat konsep *experiential marketing* merupakan hal yang berdampak penting dalam mendorong kepuasan dari seorang konsumen”.

Selain hal tersebut diatas, berdasarkan hasil empiris dari penelitian sebelumnya, telah mengungkap bahwa pengalaman pariwisata merupakan hal penting dalam mendorong kepuasan seseorang dalam berwisata (Maunier dan Camelis, 2013). Sedangkan Frida (2011) dan Jannah, Andriani dan Arief (2014) mengadopsi konsep *experiential marketing* untuk mengukur pengalaman berwisata seseorang yang dikaitkan dengan kepuasan dalam mengunjungi obyek wisata. Sehingga, konsep *experiential marketing* dirasa mampu menjelaskan fenomena kepuasan berwisata seseorang. Hal ini yang menjadi landasan peneliti untuk mengungkap fenomena kepuasan berwisata di obyek wisata B29 Argosari Senduro Lumajang dalam perspektif *experiential marketing* sebagai bentuk pengalaman berwisata.

Berdasarkan latar belakang diatas maka, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH DIMENSI *TOURISM EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN BERWISATA (Studi Pada Obyek Wisata B29 Argosari Kecamatan Senduro Lumajang).**

1.2. Batasan Masalah

Untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian ini, perlu adanya pembatasan masalah untuk menghindari adanya pembahasan dan persepsi yang berbeda, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman dari pembaca. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini meningkatkan pemahaman kita tentang elemen *Tourism Experience* yang terdiri dari *Sense, Feel, Think* dan elemen kepuasan maupun ketidakpuasan dalam berwisata.
2. Penelitian ini menggunakan tehnik *simple random sampling*, dikarenakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.
3. Penelitian dengan menggunakan angket hanya meneliti pendapat atau perasaan responden sebagai sampel yang tidak mendalam, sehingga jawaban responden berdasarkan perasaan atau pendapat saat mengisi angket.
4. Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang sedang berkunjung dan pernah melakukan kunjungan wisata ke obyek wisata B29 Argosari Senduro Lumajang.
5. Pendapat responden yang menjadi sampel mudah berubah-ubah, karena pengaruh faktor dari luar. Khusus responden yang berkelompok, maka responden yang lain cenderung menyamakan jawaban dari responden yang telah mengisi angket terlebih dahulu.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Sense* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berwisata di obyek wisata B29 Argosari Lumajang?
2. Apakah *Feel* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Berwisata di obyek wisata B29 Argosari Lumajang?
3. Apakah *Think* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Berwisata di obyek wisata B29 Argosari Lumajang?
4. Apakah *Sense*, *Feel* dan *Think* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Berwisata di obyek wisata B29 Argosari Lumajang?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel *Sense* terhadap Kepuasan Berwisata di Obyek Wisata B29 Argosari Lumajang.
2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel *Feel* terhadap Kepuasan Berwisata di Obyek Wisata B29 Argosari Lumajang.
3. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel *Think* terhadap Kepuasan Berwisata di Obyek Wisata B29 Argosari Lumajang.
4. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel *Sense*, *Feel* dan *Think* secara simultan terhadap Kepuasan Berwisata di obyek wisata B29 Argosari Lumajang.

1.5. Kegunaan Penelitian

Dengan maksud dan tujuan yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen pada khususnya. Selain itu, juga diharapkan dapat menjadi dasar penelitian selanjutnya, serta menambah wawasan bagi pembacanya mengenai *Tourism Experience* dan Kepuasan Berwisata.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan terhadap pihak pengelola obyek wisata B29 Argosari, baik Pemerintah Daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang dan Desa Wisata Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang mengenai seberapa besar pengaruh *Tourism Experience* yang terdiri dari *Sense*, *Feel* dan *Think* terhadap Kepuasan Berwisata di obyek wisata B29 Argosari Senduro Lumajang, sehingga dapat dipahami dan mengerti apa yang diharapkan dan diinginkan oleh wisatawan, serta bisa dijadikan salahsatu acuan dalam pengembangan sarana dan prasarana destinasi wisata lebih lanjut, tanpa mengurangi eksklusifitas alam pada obyek wisata B29 Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.