

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR EVALUATIF
WISATAWAN TERHADAP MINAT
BERPERILAKU DI MASA DEPAN, DENGAN
KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi pada tempat wisata alam Umbul Sidomukti Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :
ELMER HAFIIZH FERNALDI
NIM. 12010112110311

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2016**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Elmer Hafiizh Fernaldi
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112110311
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH FAKTOR
EVALUATIF WISATAWAN TERHADAP
MINAT BERPERILAKU DI MASA DEPAN,
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (Studi pada Tempat Wisata
Alam Umbul Sidomukti Semarang)**
Dosen Pembimbing : I Made Sukresna, SE., M.Si., Ph.D.

Semarang, 8 November 2016

Dosen Pembimbing

(I Made Sukresna, SE, M.Si, Ph.D.)

NIP. 19750125 200012 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Elmer Hafiizh Fernaldi
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112110311
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH FAKTOR
EVALUATIF WISATAWAN TERHADAP
MINAT BERPERILAKU DI MASA DEPAN,
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (Studi pada Wisata Alam
Umbul Sidomukti Semarang)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 16 November 2016

Tim penguji :

1. I Made Sukresna, SE, M.Si, Ph.D. (.....)
2. Imroatul Khasanah, SE, M.M. (.....)
3. Rizal Hari Magnadi, SE, M.M. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda dibawah ini saya, Elmer Hafiizh Fernaldi, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Pengaruh Faktor Evaluatif Wisatawan Terhadap Minat Berperilaku di Masa Depan Wisatawan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata Umbul Sidomukti Semarang** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 8 November 2016

Elmer Hafiizh Fernaldi

NIM: 12010112110311

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“...Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

(QS. Al-Baqarah: 286)

Stay hungry, stay foolish

(Steve Jobs)

Menulis adalah Bekerja untuk Keabadian

(Pramoedya Ananta Toer)

Skripsi ini saya persembahkan kepada Ayah, Ibu, dan Adik – adik saya untuk segala doa, semangat, dan dukunganya yang selalu mengiringi penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan karya tulisan ini.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effects arising from the service quality and tourist experience on satisfaction and its influence on revisit intention and recommend intention from Umbul Sidomukti. The variables used in this study is service quality and tourist experience as an independent variable, then the satisfaction as an intervening variable lastly, the revisit intention and recommend intention as the dependent variable. The sample in this study were 186 respondents that came from the tourist of Umbul Sidomukti Semarang.

The method used is purposive sampling by distributing questionnaires to the respondents (tourist). In this study developed a theoretical model to propose eight hypotheses to be tested using analysis tools Structural Equation Modeling (SEM) which is operated through a program AMOS 22.0. Based on the research of data processing SEM for full model has met the criteria of goodness of fit as follows, the value of chi-square = 204,469; probability = 0,012; RMSEA = 0,038; CMIN/DF = 1,270; GFI = 0,903; TLI = 0,985; CFI = 0,988; NFI = 0,945, and a marginal criteria which is AGFI = 0,873. With the result, it can be said that this model is feasible to be used. The results showed that the revisit intention and recommend intention can be improved by increasing service quality that affect the satisfaction as a determinant of success to increase revisit intention and also recommend intention.

Keywords: service quality, tourist experience, satisfaction, revisit intention, recommend intention.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh yang timbul dari adalah kualitas pelayanan dan pengalaman wisatawan terhadap kepuasan wisatawan serta pengaruhnya terhadap minat berwisata ulang serta minat merekomendasi tempat wisata Umbul Sidomukti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan pengalaman wisatawan sebagai variabel independen, kemudian kepuasan sebagai variabel intervening lalu ada minat berwisata ulang serta minat merekomendasi sebagai variabel dependen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 186 responden yaitu para wisatawan Umbul Sidomukti yang sedang berwisata.

Metode yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden yang ditunjukkan secara khusus ke wisatawan Umbul Sidomukti. Dalam penelitian ini dikembangkan suatu model teoritis dengan mengajukan delapan hipotesis yang akan diuji menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS 22.0 Berdasarkan hasil dari pengolahan data SEM untuk model yang telah memenuhi kriteria *goodness of fit* sebagai berikut, nilai *chi-square* = 204,469; *probability* = 0,012; RMSEA = 0,038; CMIN/DF = 1,270; GFI = 0,903; TLI = 0,985; CFI = 0,988; NFI = 0,945 dengan satu kriteria *marginal* yaitu AGFI = 0,873. Dengan hasil yang demikian dapat dikatakan bahwa model ini layak untuk digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat berwisata ulang dan minat merekomendasi dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan sebagai penentu keberhasilan meningkatkan minat merekomendasi dan minat berwisata ulang.

Kata kunci: kualitas pelayanan, pengalaman wisatawan, kepuasan, minat berwisata ulang, minat merekomendasi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH FAKTOR EVALUATIF WISATAWAN TERHADAP MINAT BERPERILAKU DI MASA DEPAN WISATAWAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”** (Studi pada tempat wisata alam Umbul Sidomukti Semarang) dengan baik. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan berkah dan rahmatnya serta kesehatan kepada Hamba-NYA. Serta Suri tauladan umat manusia Rasulullah SAW yang telah memberikan contoh terbaik bagaimana menjalani hidup yang selalu diridhoi Allah SWT dan semoga kelak di yaumul akhir. Amin.
2. Bapak I Made Sukresna, SE, M.Si, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Irene Rini Demi Pangestuti, S.E., M.E. selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Kedua orangtua tercinta, Ayahanda Yudi Wahyudi dan Ibunda Rinda Noviyanti yang tidak henti hentinya memberi kasih sayang, bimbingan,

motivasi dan dukungan material maupun non-material selama penulis kuliah hingga menyelesaikan skripsi ini. .

5. Brilliant Indra, Umar Izzul Islam dan Dwi Swasana R untuk semangat, tukar pikiran, canda tawa, dan supportnya yang tak pernah putus meski saat ini sudah mengambil jalannya masing – masing menggapai masa depan.
6. Sahabat Manajemen 2012 Vita, Vina, Alo, Mardi, Nabila, Aji, Edwin, Fikar, Galuh, Baim, Itang, Sofy, Rendra, Galih, yang telah menjadi sobat terbaik dan menjadikan masa kuliah penulis penuh warna.
7. Senat Mahasiswa periode 2015, terima kasih atas kerjasamanya selama 1 tahun yang luar biasa dalam membangun sistem organisasi mahasiswa di FEB UNDIP, begitu banyak cerita dan pelajaran yang dapat diambil.
8. Seluruh anggota KMW FEB UNDIP yang menjadi tempat bernaung untuk belajar dan berbagi pengalaman mengenai kewirausahaan selama masa kuliah
9. Teman – teman Wisma Dewa 2 Ipang, Dimas, Ari, Bayu, Dape, Mukti, Hanif, Anggi, Hasan, Arif, Iqbal, Aji, Aldi yang telah menemani dari awal wisma ini berdiri dan menjadi tetangga kamar yang baik.
10. Teman – teman KKN Tim I Desa Tulakan, Jepara, atas kebersamaannya melewati masa pengabdian selama sebulan yang meski singkat namun sangat berarti.
11. Seluruh teman – teman Fakultas Ekonomika dan Bisnis jurusan manajemen angkatan 2012 atas kebersamaan yang indah selama masa kuliah.

12. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca yang akan menyempurnakan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 8 November 2016

Penulis,

(Elmer Hafiizh Fernaldi)

NIM. 12010112110311

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Minat Berperilaku.....	13
2.1.1.1 Minat Merekomendasi.....	14
2.1.1.2 Minat Berwisata Ulang.....	15
2.1.2 Kepuasan Wisatawan.....	16
2.1.3 Kualitas Pelayanan	19
2.1.4 Pengalaman Wisatawan.....	22
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.2.1 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan.....	25
2.2.2 Hubungan Antara Pengalaman Wisatawan Dengan Kepuasan	26
2.2.3 Hubungan Antara Kepuasan Dengan Minat Berperilaku Berwisata	26
2.2.4 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Minat Berperilaku Berwisata	27
2.2.5 Hubungan Antara Pengalaman Wisatawan Dengan Minat Berperilaku Berwisata	28

2.3	Penelitian Terdahulu	29
2.4	kerangka Pemikiran Teoritis	31
2.5	Hipotesis	31
2.6	Dimensi Operasional Variabel.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1	Variabel Penelitian dan Dimensi Operasional	36
3.1.1	Variabel Penelitian	36
3.1.2	Dimensi Operasional	37
3.2	Populasi dan Sampe Penelitian	39
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5	Metode Analisis Data.....	43
BAB IV PEMBAHASAN		52
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	52
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	53
4.1.2.1	Profil Responden	53
4.1.2.2	Profil Jenis Kelamin Responden	55
4.1.2.3	Profil Usia Responden.....	56
4.1.2.4	Profil Pekerjaan Responden	57
4.1.2.5	Profil Penghasilan / Uang Saku Responden	59
4.1.3	Profil Tanggapan Umum Terhadap Umbul Sidomukti	60
4.1.3.1	Jumlah Wisata ke Umbul Sidomukti.....	60
4.1.3.2	Berwisata Bersama Siapa ke Umbul Sidomukti.....	61
4.1.3.3	Sumber Informasi Responden	61
4.2	Analisis Deskripsi Variabel	62
4.2.1	Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	62
4.2.2	Hasil Deskriptif Variabel Pengalaman Wisatawan.....	63
4.2.3	Hasil Deskriptif Variabel Kepuasan Wisatawan	64
4.2.4	Hasil Deskriptif Variabel Minat Berwisata Ulang.....	64
4.2.5	Hasil Deskriptif Variabel Minat Merekomendasi.....	65
4.3	Analisis Data SEM.....	65
4.3.1	Pengembangan Model Teoritis.....	65
4.3.2	Pengembangan Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>).....	66
4.3.3	Konversi Diagram ke dalam Persamaan.....	68

4.3.3.1	Persamaan <i>Measurement Model</i>	69
4.3.3.2	Persamaan <i>Structural Model</i>	69
4.3.4	Memilih Matriks Input dan Estimasi Model.....	69
4.3.4.1	<i>Confirmatory Factor Analysis First Order</i>	71
4.3.4.1.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Kualitas Pelayanan	71
4.3.4.1.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Pengalaman Wisatawan.....	72
4.3.4.1.3	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Kepuasan Wisatawan.....	73
4.3.4.1.4	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Minat Berwisata Ulang.....	74
4.3.4.1.5	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Minat Merekomendasi.....	76
4.3.4.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	77
4.3.4.3	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	80
4.3.4.4	<i>Structural Equation Model</i>	82
4.3.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi.....	85
4.3.6	Evaluasi Kriteria <i>Goodness-of-Fit</i>	85
4.3.6.1	Ukuran Sampel.....	85
4.3.6.2	Normalitas	85
4.3.6.3	Outliers	87
4.3.6.4	<i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	88
4.3.6.5	Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	88
4.3.6.5.1	Uji Reliabilitas.....	88
4.3.6.5.2	Uji Validitas.....	90
4.3.7	Intepretasi dan Modifikasi Model.....	91
4.3.8	Pengujian Hipotesis	92
4.4	Pembahasan	94
4.4.1	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan.....	95
4.4.2	Pengalaman Wisatawan Berpengaruh Terhadap Kepuasan	96
4.4.3	Kepuasan Wisatawan Berpengaruh Terhadap Minat Berwisata Ulang...	97
4.4.4	Kepuasan Wisatawan Berpengaruh Terhadap Minat Merekomendasi....	98
4.4.5	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Minat Merekomendasi	99
4.4.6	Pengalaman Wisatawan Berpengaruh Terhadap Minat Berwisata Ulang	100
4.4.7	Pengalaman Wisatawan Berpengaruh Terhadap Minat Merekomendasi	102
4.4.8	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Minat Berwisata Ulang	103
BAB V KESIMPULAN		105
5.1	Ringkasan Penelitian.....	105
5.2	Kesimpulan	106

5.3	Implikasi Teoritis.....	107
5.4	Implikasi Manajerial.....	110
5.5	Keterbatasan.....	112
5.6	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	112
	DAFTAR PUSTAKA.....	113
	LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengunjung Wisatawan Daya Tarik Wisata / Event berdasarkan Kabupaten dan Kota.....	3
Tabel 1.2	Jumlah Pengunjung di Tempat Rekreasi Kabupaten Semarang 2014	4
Tabel 1.3	Jumlah Pengunjung di Tempat Rekreasi Umbul Sidomukti	6
Tabel 2.1	Perbandingan Kerangka Pemikiran Kualitas Pelayanan dengan Kualitas Pengalaman	24
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Karakteristik Demografi Responden.....	54
Tabel 4.2	Pengelompokkan Jenis Kelamin Responden.....	55
Tabel 4.3	pengelompokkan Usia Responden	56
Tabel 4.4	Pembagian Jenis Pekerjaan Responden.....	57
Tabel 4.5	Penghasilan / Uang Saku per Bulan Responden.....	59
Tabel 4.6	Jumlah Wisata ke Umbul Sidomukti oleh Responden	60
Tabel 4.7	Bersama Siapa Berwisata ke Umbul Sidomukti.....	61
Tabel 4.8	Sumber Informasi Mengenai Umbul Sidomukti	61
Tabel 4.9	Hasil Jawaban Terbuka Variabel Kualitas Pelayanan.....	62
Tabel 4.10	Hasil Jawaban Terbuka Variabel Pengalaman Wisatawan	63
Tabel 4.11	Hasil Jawaban Terbuka Variabel Kepuasan Wisatawan	64
Tabel 4.12	Hasil Jawaban Terbuka Variabel Minat Berwisata Ulang	64
Tabel 4.13	Hasil Jawaban Terbuka Variabel Minat Merekomendasi	65
Tabel 4.14	Persamaan <i>Measurement Model</i>	69
Tabel 4.15	<i>Sample Covarians – Estimate</i>	70
Tabel 4.16	Indeks Pengujian CFA Kualitas Pelayanan.....	71
Tabel 4.17	Indeks Pengujian CFA Pengalaman Wisatawan	72
Tabel 4.18	Indeks Pengujian CFA Kepuasan Wisatawan	74
Tabel 4.19	Indeks Pengujian CFA Minat Berwisata Ulang	74
Tabel 4.20	Indeks Pengujian CFA Minat Merekomendasi	76
Tabel 4.21	Hasil Uji Fit CFA Variabel Eksogen.....	78
Tabel 4.22	<i>Regression Weights</i> CFA Variabel Eksogen	78
Tabel 4.23	Hasil Uji Fit CFA Variabel Endogen	80
Tabel 4.24	<i>Regression Weights</i> CFA Variabel Endogen.....	81
Tabel 4.25	Hasil Uji Fit Full Model SEM.....	83
Tabel 4.26	<i>Regression Weights</i> CFA Full Model SEM.....	83
Tabel 4.27	Hasil Uji Normalitas.....	86
Tabel 4.28	Hasil Mahalanobis Distance	87
Tabel 4.29	Perhitungan Nilai <i>Construct Reliability</i> dan <i>Average Extracted</i>	89

Tabel 4.30	<i>Standardized Regression Weght Variable</i>	91
Tabel 4.31	<i>Standardizes Residual Covariances</i>	92
Tabel 4.32	Uji Hipotesis	93
Tabel 5.1	Implikasi Teoritis.....	108
Tabel 5.2	Implikasi Manajerial.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peringkat Umbul Sidomukti pada <i>Trip Advisor</i>	5
Gambar 1.2	Perbandingan Tempat Wisata Buatan Kab. Semarang 2009 – 2015	7
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31
Gambar 2.2	Indikator Kualitas Pelayanan.....	33
Gambar 2.3	Indikator Pengalaman Wisatawan	34
Gambar 2.4	Indikator Kepuasan Wisatawan	34
Gambar 2.5	Indikator Minat Berwisata Ulang	35
Gambar 2.6	Indikator Minat Merekomendasi	35
Gambar 3.1	Diagram Alur Analisis Pengaruh Analisis Pengaruh Variabel Evaluatif Wisatawan Terhadap Perilaku Pasca Berwisata Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Obyek Wisata Umbul Sidomukti Semarang	44
Gambar 4.1	Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.2	Grafik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 4.3	Grafik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	58
Gambar 4.4	Grafik Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku.....	59
Gambar 4.5	<i>Path Diagram</i>	67
Gambar 4.6	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Kualitas Pelayanan	71
Gambar 4.7	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Pengalaman Wisatawan.....	72
Gambar 4.8	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Kepuasan Wisatawan	73
Gambar 4.9	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Minat Berwisata Ulang.....	74
Gambar 4.10	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Minat Merekomendasi.....	76
Gambar 4.11	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	77
Gambar 4.12	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	80
Gambar 4.13	<i>Full Structural Equation Model</i>	82

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN B	Data Penelitian
LAMPIRAN C	<i>Output</i> Olah Data AMOS

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap orang membutuhkan waktu santai untuk mengurangi tingkat kejenuhan yang ada di dalam pikiran mereka. Untuk mengisi waktu tersebut, salah satu yang sering dilakukan adalah, melakukan perjalanan ke tempat lain di luar lingkungan kesehariannya. Melakukan perjalanan dapat diiringi dengan kegiatan berwisata. Melakukan wisata bisa berupa wisata religi, wisata museum, wisata alam, dan lain-lain. Dalam Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009, Wisata adalah

“kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara”

Tentu untuk melakukan wisata, para wisatawan harus mempunyai tempat tujuan yang menarik minat mereka untuk dikunjungi. Oleh karena itu guna mendukung kegiatan pariwisata, beberapa elemen seperti Pemerintah pusat, pemerintah daerah, pengusaha, serta masyarakat setempat perlu bekerjasama dalam membangun fasilitas dan layanan pada tempat wisata yang dibutuhkan oleh wisatawan (Undang – undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009). Dalam mengembangkan industri pariwisata, peran dari Pemerintah Daerah juga penting

karena dapat mengetahui potensi yang dapat ditingkatkan di wilayahnya agar mensejahterakan masyarakat di sekitar daerah wisata.

Menurut Kertajaya dan Nirwandar dalam buku *Tourism Marketing 3.0*, di tahun 2001 terjadi perubahan sistem sentralisasi menjadi desentralisasi ke pemerintah daerah. Perubahan sistem ini, memberikan ruang bagi pemerintah daerah untuk dapat berinovasi agar menjadi daerah yang terbaik. Di dorong oleh desentralisasi, setiap wilayah baik kabupaten ataupun kota, terus memaksimalkan potensi wilayah terlebih di sektor pariwisata. Dapat dilihat dari berbagai tempat wisata di wilayahnya masing – masing seperti Monumen Nasional di Jakarta, Danau Toba di Sumatra Utara, Gunung Bromo di Jawa Timur, Pantai Kuta di Bali, kemudian Candi Borobudur di Jawa Tengah dan masih banyak objek wisata terkenal lainnya di berbagai wilayah Indonesia.

Di Provinsi Jawa Tengah terdapat 29 Kabupaten dan 6 Kota di dalamnya. Setiap daerah tersebut memiliki objek wisata yang menarik wisatawan. Kabupaten maupun Kota yang berada di Provinsi Jawa Tengah memiliki topologi yang didukung dengan keindahan alam dataran tinggi, pegunungan, dan lautan yang melimpah, kemudian bangunan – bangunan bersejarah peninggalan sejak jaman Belanda dan Jepang, serta keragaman warisan budaya yang tidak pudar menjadikan Jawa Tengah mempunyai potensi untuk terus meningkatkan daya tarik di sektor pariwisata. Didukung dengan kenaikan jumlah wisatawan terhadap Daya Tarik wisata / Event di tahun 2014 sebesar 30,27 juta pengunjung dibandingkan dengan di tahun 2013 yang sebesar 29,81 juta pengunjung (BPS, Jawa Tengah).

Berikut data pengunjung di setiap daerah kabupaten atau kota yang berada di Jawa Tengah :

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Wisatawan Daya Tarik Wisata / Event
berdasarkan Kabupaten dan Kota

	Kabupaten / Kota	Jumlah Pengunjung
1	Kab. Cilacap	516 636
2	Kab. Banyumas	1 424 986
3	Kab. Purbalingga	1 320 049
4	Kab. Banjarnegara	822 881
5	Kab. Kebumen	942 419
6	Kab. Purworejo	514 024
7	Kab. Wonosobo	591 959
8	Kab. Magelang	4 008 680
9	Kab. Boyolali	383 286
10	Kab. Klaten	320 762
11	Kab. Sukoharjo	58 632
12	Kab. Wonogiri	338 456
13	Kab. Karanganyar	1 077 719
14	Kab. Sragen	339 832
15	Kab. Grobogan	223 413
16	Kab. Blora	81 914
17	Kab. Rembang	392 391
18	Kab. Pati	958 640
19	Kab. Kudus	1 687 759
20	Kab. Jepara	1 506 596
21	Kab. Demak	1 432 182
22	Kab. Semarang	1 526 549
23	Kab. Temanggung	306 661
24	Kab. Kendal	186 470
25	Kab. Batang	317 040
26	Kab. Pekalongan	259 659
27	Kab. Pemalang	286 098
28	Kab. Tegal	666 876
29	Kab. Brebes	292 928
30	Kota Magelang	693 689
31	Kota Surakarta	3 265 137
32	Kota Salatiga	85 226
33	Kota Semarang	2 704 982
34	Kota Pekalongan	234 359
35	Kota Tegal	502 789

Sumber: BPS Jawa Tengah 2015

Sistem desentralisasi yang telah diterapkan oleh setiap pemerintah daerah / kota ditujukan agar dapat mengetahui potensi – potensi yang ada di daerahnya

masing – masing. Telah menjadi kewenangan bagi setiap pemerintah daerah untuk mengembangkan wilayah mereka sendiri. Pada tabel 1.1, Kabupaten Semarang menempati urutan ke lima dalam provinsi Jawa Tengah sebagai wilayah terbanyak yang dikunjungi wisatawan. Didukung dengan keindahan alam perbukitan dan pegunungan, serta banyaknya bangunan bersejarah yang meninggalkan banyak cerita, sektor pariwisata Kabupaten Semarang memiliki potensi untuk menarik wisatawan datang berkunjung.

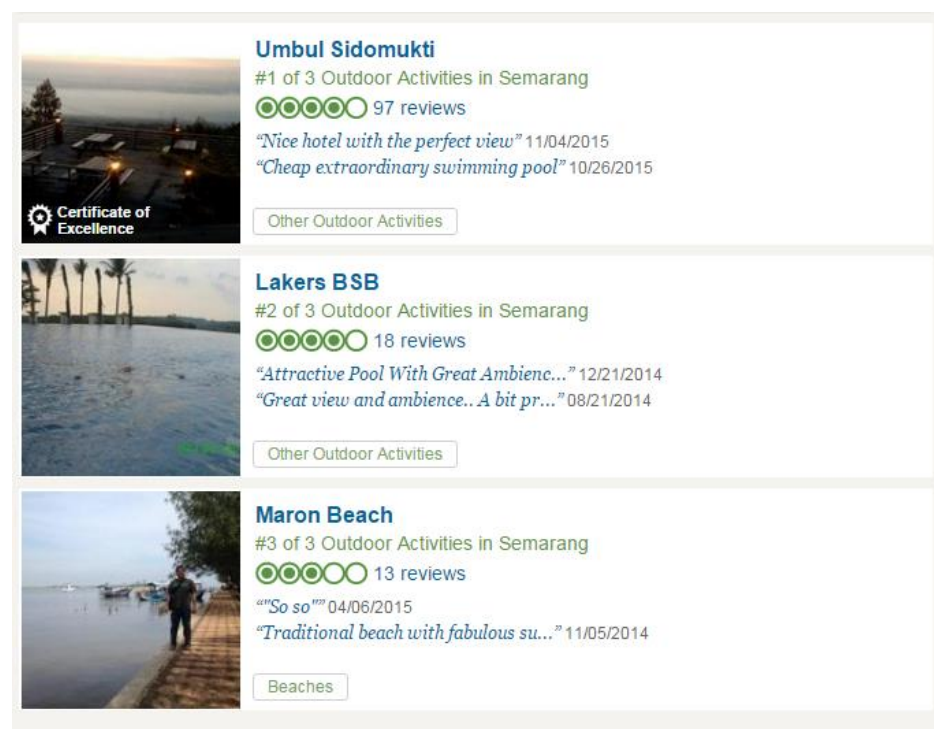
Tabel 1.2
Jumlah pengunjung di Tempat Rekreasi Kabupaten Semarang
2015

Obyek wisata		Jumlah pengunjung		
		Domestik	Asing	Total
WISATA ALAM				38.988
1	Air Terjun Semarang	14.680	0	14.680
2	Wana Wisata Penggaron	10.182	0	10.182
3	Curug Kembar Bolodewo	5.449	0	5.449
4	Curug Tujuh Bidadari	8.677	0	8.677
WISATA BUDAYA				859.110
5	Gua Maria Kerep Ambarawa	334.170	168	334.338
6	Museum Palagan Ambarawa	35.448	0	35.448
7	Museum Kereta Api Ambarawa	0	0	0
8	Candi Gedong Songo	325.220	1569	326.789
9	Makam Nyatnyono	162.535	0	162.535
WISATA BUATAN				773.708
10	Taman Bukit Cinta Rawa Pening	32.599	0	32.599
11	Pemandian Muncul	123.484	0	123.484
12	Fountain Water Park & Resto	44.406	0	44.406
13	Kolam Renang Tirto Argo	111.007	0	111.007
14	Kolam Renang Bu Sri	11.453	0	11.453
15	Kartika Wisata Kopeng	104.052	0	104.052
16	Taman Wisata Rawa Permai	26.742	0	26.742
17	New Bandungan Indah Divaland	29.485	0	29.485
18	Wisata Argo Tlogo	39.338	674	40.012
19	Umbul Sidomukti	53.278	0	53.278
20	Langen Tirto	62.376	1	62.377
21	Taman Kelinci	21.085	0	21.085
22	Kampoeng Kopi Banaran	112.607	1121	113.728

Sumber: BPS Kabupaten Semarang, 2016

Pada tabel 1.2 Wisata Umbul Sidomukti merupakan salah satu obyek wisata di Kabupaten Semarang. Dilihat dari data jumlah pengunjung selama tahun 2014, jumlah pengunjung Umbul Sidomukti sebanyak 53.201 orang. Umbul Sidomukti menawarkan berbagai kegiatan *outdoor* yang ditunjang dengan keindahan alam dengan lokasinya yang berada di pegunungan sebagai daya Tarik bagi pengunjung. Umbul sidomukti menjadi salah satu tempat wisata favorit bagi keluarga maupun anak muda. Situs *Trip Advisor* (2015) merilis bahwa Umbul Sidomukti merupakan urutan pertama tempat wisata kegiatan *outdoor* di wilayah Semarang.

Gambar 1.1
Peringkat Umbul Sidomukti pada Trip Advisor



Sumber: Trip Advisor 2015

Umbul sidomukti telah menjadi tempat yang familiar dengan menempati posisi pertama dalam ulasan pada situs *trip advisor* pada kategori aktivitas

outdoor. Umbul sidomukti menawarkan keindahan panorama alam Lereng Gunung Ungaran yang diapit oleh dua jurang menyajikan pemandangan kebun dan ladang, serta kota Semarang yang indah dari kejauhan. Adanya pemandian mata air pegunungan Ungaran yang dipercaya dapat membuat awet muda oleh penduduk setempat, wahana permainan yang memacu adrenalin yakni *flying fox*, *marine bridge*, *ATV ride*, kemudian tersedianya kolam renang alam untuk menikmati kesegaran udara dan dinginnya air. Umbul Sidomukti juga menyediakan fasilitas penginapan dengan suasana yang jauh dari keramaian, wisatawan dapat melihat keadaan lampu malam kota Semarang serta memiliki lokasi makan yang nyaman menjadikan objek wisata Umbul Sidomukti digemari oleh pengunjung yang datang. Selain itu, Umbul Sidomukti juga mendapatkan *certificate of excellence* dari situs tersebut. Sebagai wisata *outdoor* yang digemari wisatawan, Umbul Sidomukti diperkirakan dapat terus meningkatkan jumlah kunjungan wisatanya. Berikut adalah jumlah pengunjung Umbul Sidomukti dari 2009 – 2015:

Tabel 1.3
Banyaknya pengunjung di tempat rekreasi Umbul Sidomukti

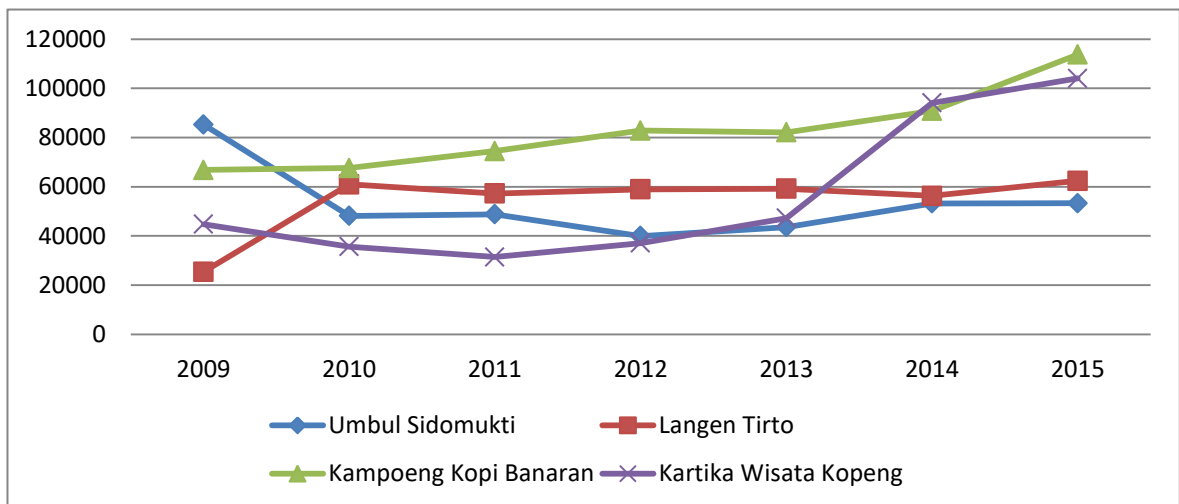
Tahun	Jumlah
2015	53.278
2014	53.201
2013	43.602
2012	39.938
2011	48.781
2010	48.179
2009	85.224

Sumber: BPS Kab. Semarang 2014 - 2016

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa pada tahun 2009, Umbul Sidomukti mencapai titik tertinggi dalam penerimaan pengunjung pada kurun waktu 6 tahun terakhir. Umbul Sidomukti mengalami kondisi fluktuatif yang cenderung menurun

sejak tahun 2009 dimana jumlah pengunjungnya mencapai 85.224 orang. Akan tetapi dalam 2 tahun terakhir 2014 - 2015, Umbul Sidomukti menerima sebanyak 53.201 dan 53.278 pengunjung. Meski ada peningkatan di tahun 2015, tetapi tidak begitu signifikan.

Gambar 1.2
Perbandingan Antar Wisata Buatan Kab. Semarang 2009 - 2015



Sumber: BPS Kabupaten Semarang, 2014 - 2016

Dalam gambar 1.2, terlihat jumlah wisatawan Umbul Sidomukti paling tinggi di tahun 2009 sebanyak 85.224 orang yang berkunjung di banding tiga tempat wisata lainnya. Namun dalam kurun 7 tahun terakhir, Umbul Sidomukti wisatawan hanya 53.278 orang, hasil tersebut disusul oleh tiga tempat wisata lainnya. Di tahun 2015, Kampong Kopi Banaran mencapai 113.728 orang, Kartika Wisata Kopeng mencapai 104.052, dan Langen Tirto sedikit di atas yaitu 62.377 orang. Wisata Umbul Sidomukti perlu meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan setelah melihat perbandingan dalam 7 tahun terakhir. Hal itu dapat dilakukan dengan menarik pengunjung baru atau meningkatkan kunjungan ulang bagi wisatawan yang pernah datang. Layaknya *Product Life Cycle*, ketika tempat

wisata telah memasuki fase stagnan, kondisi tersebut berada di ambang perubahan, posisi ini bisa naik / turun. Pada sekitar akhir tahun 2009, Umbul Sidomukti mengalami kendala pengembangan lokasi karena kurangnya pasokan listrik sehingga perlu membatasi kegiatan tertentu. kejadian ini memberikan kondisi yang stagnan bagi Umbul Sidomukti, sehingga tidak ada sesuatu yang baru di 2010 dan berimbas pada penurunan jumlah wisatawan.

Woodside dan Dubelaar (2002) berpendapat bahwa keputusan dan perilaku dari para wisatawan ditentukan dari rangkaian hubungan antar variabel yang terbagi tiga tahap, yaitu sebelum dan selama berwisata yang mempengaruhi perilaku wisatawan. Selanjutnya, momen ketika berwisata (pengalaman di tempat wisata, faktor evaluatif terhadap tempat wisata). Tahap ketiga, pasca berwisata mempengaruhi perilaku wisatawan di masa depan (berkunjung ulang dan rekomendasi). Menurut Bigne *et, Al* (2001), kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung merupakan variabel evaluasi ketika berwisata. Begitu juga dengan pengalaman wisatawan yang dikemukakan oleh Otto dan Ritchie, (1996). Kemudian agar membangun persepsi yang positif terhadap tempat wisata kepada pengunjung, kualitas pelayanan dan pengalaman yang memuaskan merupakan hal-hal yang perlu ditingkatkan bagi manajemen dari tempat wisata tersebut (Lee *et, Al*, 2007).

Pada tahun 2014, terjadi kecelakaan mobil masuk ke jurang dari area parkir Umbul Sidomukti. Hal ini membuat banyak orang mempertanyakan keamanan Umbul Sidomukti. Sebagai tempat wisata dengan ketinggian 1200 mdpl, keamanan wisatawan sangat penting. Dalam model *service gap* yang

dikembangkan oleh Zeithaml *et, Al* (1985) terhadap konsumen (*listening gap*), antara ekspektasi konsumen dan persepsi yang diterima perusahaan sering mengalami ketidakcocokan. Hal – hal tersebut dikarenakan kurangnya komunikasi, belum memadai perbaikan pelayanan, dan kurangnya membangun hubungan dengan pengunjung. Melihat kejadian tersebut memberikan indikasi terdapat ketidakcocokan dengan apa yang wisatawan harapkan.

Oleh karena itu, dalam memahami konsep keputusan dan perilaku wisatawan Manajemen Umbul Sidomukti perlu memperhatikan hal – hal yang mempengaruhi perilaku pengunjung di masa depan, yaitu pengalaman wisatawan yang dirasakan (Chang *et, al*, 2014; Cole dan Ilum 2006), kualitas dari pelayanan yang diberikan (Kim *et, Al*, 2012;) dan kepuasan wisatawan (Hutchinson *et, Al*, 2009; Bigne *et, Al*, 2001) itu sendiri.

Berangkat dari permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul

“ANALISIS FAKTOR – FAKTOR EVALUATIF WISATAWAN YANG MEMPENGARUHI MINAT BERPERILAKU DI MASA DEPAN, DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

1.2 Perumusan Masalah

Pada latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, Tempat Wisata *Outdoor* Umbul Sidomukti memiliki permasalahan pada jumlah pengunjung yang fluktuatif menurun sejak tahun 2009, hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.3 yang merupakan data pengunjung Umbul Sidomukti dari 7 tahun terakhir. Di tahun

2009, jumlah wisatawan mencapai 85.224 orang sedangkan di tahun 2015 menurun hingga 53.278 orang wisatawan. Dalam perjalanan selama kurang lebih 7 tahun tersebut, ada beberapa kasus yang menyebabkan kunjungan wisatawan menurun. Kondisi yang stagnan kurangnya pasokan listrik pada akhir tahun 2009. Kemudian juga di oktober 2014, terjadi kecelakaan sebuah mobil masuk ke jurang.

Kedua peristiwa tersebut sebagai contoh kejadian penanda kemunduran Umbul Sidomukti. Meski banyak sekali ulasan positif mengenai Umbul Sidomukti melalui *blog* pribadi maupun forum tertentu. Namun hal tersebut belum terbukti mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang datang di tahun selanjutnya baik itu wisatawan *first mover* atau *repeater*.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis dapat merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman wisatawan terhadap kepuasan wisatawan ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman wisatawan terhadap minat berwisata ulang ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman wisatawan terhadap minat merekomendasi ?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung ulang ?

5. Bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat merekomendasikan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan judul penelitian berikut adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman wisatawan terhadap kepuasan wisatawan
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman wisatawan terhadap minat berwisata ulang
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman wisatawan terhadap minat merekomendasi
4. Menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung ulang dan minat merekomendasi

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

- a) Bagi Perusahaan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna dalam mengembangkan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, pengalaman wisatawan, kepuasan wisatawan, minat berkunjung ulang, dan minat merekomendasikan
- b) Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan menjadi bahan referensi dan informasi untuk penelitian lebih lanjut terutama dibidang yang sama terhadap tempat wisata

1.5 **Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi pendahuluan tentang penelitian, menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang teori – teori dan konsep dari variabel yang digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian ini. Pada bab ini juga akan membahas mengenai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan bagian yang menjelaskan bagaimana metode yang digunakan, metode pengumpulan data, metode analisis data, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, dan tahap pelaksanaan kegiatan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dan pembahasan yang menjelaskan deskripsi objek penelitian, pengujian dan hasil analisis data, dan hasil observasi dengan objek yang diteliti, dan interpretasi hal analisis.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini menguraikan simpulan, keterbatasan, dan saran dalam penelitian ini.