

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN,
INOVASI, CITRA WISATA TERHADAP MINAT
KUNJUNG ULANG DENGAN DAYA TARIK
WISATA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus pada Obyek Wisata Grand Puri Maerokoco)



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

GIFFEN ALDIAN WIDIPURNOMO

NIM. 12010114120102

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2018

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Giffen Aldian Widipurnomo

Nomor Induk Mahasiswa : 12010114120102

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, INOVASI, CITRA WISATA TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG DENGAN DAYA TARIK WISATA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA OBYEK WISATA GRAND PURI MAEROKOCO SEMARANG**

Dosen Pembimbing : Drs. Suryono Budi Santosa, M.M

Semarang, 10 Oktober 2018

Dosen Pembimbing

Drs. Suryono Budi Santosa

NIP. 195906091987031003

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Giffen Aldian Widipurnomo

NIM : 12010114120102

Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ S-1 Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, INOVASI, CITRA WISATA TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG DENGAN DAYA TARIK WISATA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA OBYEK WISATA GRAND PURI MAEROKOCO SEMARANG**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal.....2018

Tim penguji

1. Drs. Suryono Budi Santosa, M.M. (.....)

2. Dr. Farida Indriani, S.E., M.M. (.....)

3. Idris, S.E., M.Si. (.....)

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya, Giffen Aldian Widipurnomo menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: “Analisis Pengaruh Inovasi, Kualitas Layanan, Citra Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang dengan Daya Tarik sebagai Variabel Intervening pada Obyek Wisata Grand Puri Maerokoco Semarang” merupakan hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya buat tidak ada sebagian bahkan keseluruhan tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat ataupun simbol yang menunjukkan gagasan, pemikiran, maupun pendapat dari penulis lain, kemudian saya akui sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin tersebut, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa mencantumkan nama penulis aslinya. Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Apabila 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, 10 Oktober 2018

Giffen Aldian Widipurnomo

NIM. 12010114120102

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Jika suatu saat kamu mengalami kegagalan hingga frustrasi, cobalah ingat saat dimana langkahmu memulai.”

”Berbuat baiklah pada orang lain, maka niscaya orang lain juga akan berbuat baik pula padamu.”

“Tetapi Yesus tidak menghiraukan perkataan mereka dan berkata kepada kepala rumah ibadat: Jangan takut, percaya saja!” Markus 5:36

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua, yaitu: Bapak Agus Purnomo dan Ibu Rini Widiastuti. Kedua adik penulis, yaitu: Glisten Guardian Aldiama Widipurnomo dan Gabiel Gesa Widipurnomo sebagai ucapan terima kasih karena telah mendukung dan mendidik dengan penuh cinta kasih, kesabaran, dan kebesaran hati hingga penulis mampu mencapai jenjang pendidikan tertinggi serta telah mengenalkan Tuhan Yesus Kristus sebagai Juru Selamat hingga menjadi iman yang kuat dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas layanan, inovasi, dan citra wisata terhadap minat kunjung ulang, dimana daya tarik wisata digunakan sebagai variabel intervening pada Obyek Wisata Grand Puri Maerokoco Semarang.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dimana responden dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah melakukan kunjungan ke Obyek Wisata Grand Puri Maerokoco Semarang minimal sebanyak 2 kali kunjungan. Hasil jawaban dari keseluruhan responden yang berjumlah 137 orang yang kemudian dianalisis menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) 22 dengan teknik analisis Regresi Linear Berganda. Regresi pertama untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, inovasi, dan citra wisata terhadap daya tarik wisata. Regresi kedua untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung ulang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap daya tarik wisata. Inovasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap daya tarik wisata. Citra wisata memiliki pengaruh positif signifikan terhadap daya tarik wisata serta daya tarik wisata memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat Kunjung Ulang.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata, Daya Tarik Wisata, Minat Kunjung Ulang.

ABSTRACT

This study aims to explain the influence of service quality, innovation, and destination image in order to influence revisit intention which tourism attraction are used as intervening variables on to Grand Puri Maerokoco Semarang.

Sampling of this research was done by using a non-probability sampling with purposive sampling method, in which the peoples who were make visit minimum in twice. The answer of 137 respondents were analyzed using Statistical Package for Social Science (SPSS) 22 with Multiple Regression Analysis as analytical tool. The first regression to analyze the effect of service quality, innovation, and destination image on tourism attraction. The second regression to analyzed the effect of tourism attraction on revisit intention.

The results shows that service quality has positive and significant impact on tourism attraction. Innovation has positive and significant impact on tourism attraction. Destination image has positive and significant impact on tourism destination and also tourism destination has positive and significant impact on revisit intention.

Keywords: *Service Quality, Innovation, Destination Image, Tourism Attraction, Revisit Intention.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Pengasih dan Penyayang atas segala karunia dan anugerah yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Inovasi, Kualitas Layanan, Citra Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang dengan Daya Tarik sebagai Variabel Intervening Studi Kasus pada Obyek Wisata Grand Puri Maerokoco”** dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Penulisan skripsi ini tidak dapat terealisasikan apabila tidak mendapat bantuan dari pihak-pihak terkait. Sehingga penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa menjadi Juru Selamat melindungi, memberikan rahmat berupa kesahatan sehingga selama proses penulisan skripsi ini diberikan kelancaran dan kemudahan.
2. Agus Purnomo dan Rini WidiAstuti selaku kedua orang tua yang telah memberikan pengorbanannya sepanjang hidup saya tanpa ada kata lelah untuk selalu menyemangati, mendukung, dan mendoakan setiap kegitatan yang penulis lakukan, termasuk selama proses penulisan skripsi ini serta keluarga tercinta, Ibu Mohadi selaku nenek dan sebagai ibu kedua penulis di rumah yang selalu memberikan cinta

kasihnya kepada penulis seperti anaknya sendiri, Gabiel Gesa Widipurnomo dan Glisten Guardian Aldiama Widipurnomo selaku adik dari penulis yang dengan selalu memberikan dukungannya.

3. Terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
4. Terima kasih kepada pengurus dan pengelola pihak obyek wisata Grand Puri Maerokoco yang mau membantu proses penelitian dengan memberikan izin untuk melakukan penelitian serta memberikan data-data yang dibutuhkan oleh penulis.
5. Dr. Suharnomo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
6. Dr. Harjum Muharram, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang atas dedikasinya untuk memajukan jurusan serta siap melayani kebutuhan-kebutuhan mahasiswa, termasuk penulis dalam penyelesaian skripsi.
7. Drs. Suryono Budi Santosa, M.M selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan senantiasa membimbing penulis selama proses penulisan skripsi hingga terselesaikan.
8. Dra. Amie Kusumawardhani, M.Sc., P.hD. selaku dosen wali yang sejak awal penulis menjadi mahasiswa selalu dibimbing, didukung, dan dibantu dalam segala hal yang berkaitan dengan akademik.

9. Segenap dosen dan seluruh perangkat Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, yang telah bersedia memberikan ilmu dan bantuan selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
10. Seluruh teman-teman S1-Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan pembelajaran dan kenangan selama penulis menempuh pendidikan perguruan tinggi di Universitas Diponegoro Semarang.
11. Pihak-pihak lain yang secara tidak langsung ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, penulis ucapkan terimakasih banyak.

Semoga semua pihak yang penulis sebutkan diatas mendapatkan pahala dan rezeki yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Sehingga, penulis sangat mengharap kritik dan saran yang membangun dari banyak pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 10 Oktober 2018

Penulis,

Giffen Aldian Widipurnomo

NIM. 12010114120102

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Kualitas Layanan.....	16
2.1.1.1. Dimensi Kualitas Layanan	17
2.1.2. Inovasi.....	19
2.1.3. Citra Wisata.....	24
2.1.4. Daya Tarik Wisata.....	26
2.1.5. Minat Kunjung Ulang	29
2.2. Penelitian Terdahulu.....	32
2.3. Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.1.1. Variabel Penelitian	37
3.1.1.1. Variabel Independen	37
3.1.1.3. Variabel Dependen.....	38
3.2. Definisi Operasional.....	38
3.3. Populasi dan Sampel	41
3.3.1. Populasi.....	41
3.3.2. Sampel.....	41
3.3.2.1. Penentuan Jumlah Sampel.....	42
3.4. Jenis dan Sumber Data	43
3.4.1. Data Primer	43
3.4.2. Data Sekunder	43
3.5. Metode Pengumpulan Data	43
3.5.1. Kuesioner	44
3.6. Metode Analisis Data	45
3.6.1. Uji Alat Ukur	45
3.6.1.1. Uji Validitas	45
3.6.2. Uji Reliabilitas	45
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	46
3.6.3.1. Uji Normalitas.....	46
3.6.3.2. Uji Heteroskedastisitas	46

3.6.3.3.	Uji Multikolinieritas	47
3.6.4.	Analisis Regresi Berganda	47
3.6.5.	Pengujian Hipotesis (Uji <i>Goodnes of fit</i>)	48
3.6.5.1.	Uji Parsial (Uji Statistik t)	48
3.6.5.2.	Uji Statistik F	49
3.6.5.3.	Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.6.6.	Uji Sobel.....	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	51
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	51
4.1.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.1.2.	Gambaran Umum Responden	51
4.2.	Analisis Indeks Jawaban Responden.....	53
4.2.1.	Analisis Indeks Jawaban Variabel Kualitas Layanan	54
4.2.2.	Analisis Indeks Jawaban Variabel Inovasi.....	57
4.2.3.	Analisis Indeks Jawaban Variabel Citra Wisata	59
4.2.4.	Analisis Indeks Jawaban Variabel Daya Tarik Wisata	61
4.2.5.	Analisis Indeks Jawaban Variabel Minat Kunjung Ulang	64
4.3.	Analisis Hasil Penelitian	66
4.3.1.	Uji Validitas	66
4.3.2.	Uji Reliabilitas	67
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik	68
4.3.3.1.	Uji Normalitas.....	68
4.3.3.2.	Uji Multikolinearitas.....	71
4.3.3.3.	Uji Heterokedastisitas	72
4.3.4.	Uji Regresi Linier Berganda	74
4.3.5.	Uji Goodness of Fit	77
4.3.5.1.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	77
4.3.5.2.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	79
4.3.5.3.	Koefisien Determinasi (R^2).....	81
4.3.6.	Uji Sobel	85
4.3.6.1.	Uji Sobel Struktur 1	85
4.3.6.2.	Uji Sobel Struktur 2	87
4.3.6.3.	Uji Sobel Struktur 3	89
4.4.	Pembahasan	92
4.4.1.	Pengujian Hipotesis 1	92
4.4.2.	Pengujian Hipotesis 2.....	93
4.4.3.	Pengujian Hipotesis 3.....	94
4.4.4.	Pengujian Hipotesis 4.....	95
5.1.	Kesimpulan.....	97
5.1.1.	Hasil Uji Hipotesis	97
5.1.2.	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	98
5.2.	Implikasi Manajerial.....	99
5.3.	Keterbatasan Penelitian	103
5.4.	Saran Penelitian Mendatang	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik dan Wisatawan Mancanegara di Kota Semarang pada Tahun 2011-2015	3
Tabel 1.2 Data Jumlah Wisatawan di Grand Puri Maerokoco Semarang pada Tahun 2013-2017	5
Tabel 2.1 Tabel Jurnal Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	38
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Demografi Responden	52
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan.....	54
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Kualitas Layanan	55
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Inovasi	57
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Inovasi.....	58
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Wisata.....	60
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Citra Wisata	60
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Daya Tarik Wisata....	62
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Daya Tarik Wisata	62
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Kunjung Ulang	64
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Minat Kunjung Ulang.....	65
Tabel 4.12 Uji Validitas	66
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikonlineritas Struktur 1	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikonlineritas Struktur 2	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Struktur 1	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Struktur 2	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikansi F Struktur 1 (Uji Statistik F)	78
Tabel 4.19 Hasil Uji Signifikansi F Struktur 2 (Uji Statistik F)	78
Tabel 4.20 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual Struktur 1 (Uji t)	80
Tabel 4.21 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual Struktur 2 (Uji t)	81
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi Struktur 1 (R ²).....	82
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi Struktur 2 (R ²).....	82
Tabel 5.1 Implikasi Manajerial	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	35
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram) Struktur 1	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (<i>Normal Probability Plot</i>) Struktur 1.....	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram) Struktur 2	70
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot) Struktur 2	71
Gambar 4.5 Hasil Heterokedastisitas Struktur 1	73
Gambar 4.6 Hasil Heterokedastisitas Stuktur 2	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam menjalankan aktifitas sehari-hari, manusia seringkali didasari pada sesuatu yang sifatnya menggerakkan atau mendorong mereka untuk melakukan sesuatu. Menurut Elliot dkk (dalam Yuliana, 2017) pada dasarnya kebanyakan manusia melakukan hal tersebut karena suatu kebutuhan yang harus terpenuhi. Definisi kebutuhan sendiri bisa dikatakan sebagai sesuatu dalam diri manusia yang harus terpenuhi, jika tidak terpenuhi maka akan menyebabkan terganggunya suatu aktifitas yang dijalankan. Menurut Tupono (1981) berdasarkan tingkat prioritas pelaksanaannya, kebutuhan dibagi menjadi tiga, yakni kebutuhan primer, sekunder, dan tersier sedangkan menurut Bowy dan Lawson (2015) kebutuhan akan hiburan dan rekreasi juga menjadi salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh seseorang walaupun kebutuhan dan penempatan waktu senggang yang berbeda oleh setiap individu berdasarkan waktu dan faktor-faktor lainnya (umur, pendidikan, status, pendapatan, dan lain-lain).

Menurut Bowy dan Lawson (2015) hiburan dan rekreasi diperlukan oleh setiap manusia karena menimbulkan dampak yang positif bagi kesehatan jasmani maupun rohani seseorang, selain itu hiburan dan rekreasi dapat mengurangi rasa penat dan rasa bosan seseorang yang muncul setelah mengerjakan banyak pekerjaan yang terus menerus dan menguras banyak tenaga karena munculnya suatu rasa kesenangan dalam diri sehingga seseorang tersebut dapat kembali

berpikiran jernih setelah sejenak keluar dari rutinitas yang membosankan. Menurut Sinaga dalam Purwanti (2017) Pariwisata seringkali menjadi tujuan bagi seseorang untuk mengusir rasa bosan ataupun hanya sekedar untuk menghibur hati. Pariwisata sendiri ialah suatu rencana yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang dengan tujuan untuk meraih suatu titik kepuasan dan kesenangan dengan melepas suatu kepenatan setelah melakukan banyak kegiatan.

Dalam era *modern* ini, perkembangan industri pariwisata menjadi sorotan dimana terjadi banyak fenomena di setiap kota di Indonesia saling berlomba-lomba mengencarkan perkembangan dan kemajuan wisata yang dimilikinya dengan tujuan menarik wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk menjadikan kota tersebut sebagai pilihan destinasi dalam berwisata, karena kita ketahui bahwa sektor pariwisata ini menjadi salah satu sektor yang berperan besar dalam peningkatan pendapatan, baik pendapatan negara maupun daerah obyek wisata itu sendiri. Hal ini selain membawa manfaat dari segi ekonomi, sektor pariwisata juga membawa dampak bagi perkembangan budaya suatu negara atau daerah. Perkembangan budaya itu terjadi ketika suatu obyek wisata didatangi oleh wisatawan yang berasal dari luar daerah atau negara obyek wisata tersebut maka muncul suatu interaksi antara wisatawan dengan penduduk lokal ataupun pengelola sehingga dapat mengenal dan menghargai budaya yang ada di sekitaran obyek wisata dan dapat dijadikan sebagai suatu sarana promosi akan kebudayaan daerah maupun kekayaan alam yang ada di tujuan wisata tersebut.

Jawa tengah sendiri adalah salah satu provinsi yang mengencarkan berbagai obyek wisata yang dimilikinya, mulai dari wisata alam, wisata budaya,

wisata sejarah, wisata edukasi, dan wisata buatan. Hal ini didukung karena Jawa Tengah juga dikenal karena memiliki keindahan panorama yang luar biasa, sejarah yang mengagumkan, berbagai macam logat daerah dan yang berbeda di setiap daerah, dan keramah-tamahan warganya yang terkenal santun. Hal lain yang mendukung pariwisata Jawa Tengah adalah lokasinya yang berada di tengah Pulau Jawa, sehingga secara tidak langsung memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke Jawa Tengah karena tidak memerlukan banyak waktu dan sarana transportasi yang memadai (darat, laut, udara). Ibu Kota Jawa Tengah adalah Kota Semarang. Semarang sendiri dianggap sebagai kota yang paling berkembang pesat perekonomiannya, hal tersebut tidak lepas dari peran pemerintah kota dalam mengupayakan banyak hal untuk memajukan Kota Semarang, salah satunya melalui sektor pariwisata dengan menggalakan slogan “Ayo Dolan ning Semarang” atau dalam bahasa Indonesia bisa diartikan “Ayo Wisata ke Semarang” pada 11 November 2011 oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang berkoordinasi dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah sampai menjelang program “Visit Jawa Tengah 2013”

Tabel 1.1
Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik dan Wisatawan Mancanegara di Kota Semarang pada Tahun 2011-2015

TAHUN	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN		
	DOMESTIK	MANCANEGARA	JUMLAH
2011	2.073.043	27.880	2.100.923
2012	2.679.467	32.975	2.712.442
2013	3.157.658	35.241	3.192.899
2014	3.958.114	49.078	4.007.192
2015	4.324.479	51.880	4.376.359

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah ; Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Tabel 1.1 menunjukkan data jumlah kunjungan wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara di Kota Semarang pada Tahun 2011-2015. Dari data tersebut bisa dilihat bahwa selalu terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Kota Semarang sendiri memang terkenal memiliki banyak obyek wisata yang dapat memanjakan para wisatawan yang berkunjung dan tentunya tidak terbatas usia dan kalangan, mulai dari wisata kuliner seperti Pasar Semawis, Pusat Oleh-oleh Kota Semarang, Kampung Laut Resto, Wingko Babat, Bandeng Presto, *Food Festival* tahunan yang diadakan di Sri Ratu *Mall*, dan tentunya Lunpia yang menjadi kuliner primadona dan legenda yang banyak diburu wisatawan untuk dibawa pulang dan dijadikan oleh-oleh untuk sanak saudara di kampung halaman. Wisata sejarah seperti Lawang Sewu, Tugu Muda, dan Kota Lama. Wisata religius seperti Gereja Blenduk, Gereja Katedral Semarang, Gereja JKI Injil Kerajaan Semarang, Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT), Masjid Baiturrahman Semarang, Klenteng Sam Poo Kong, Masjid Agung Kauman, Vihara Mahavira Graha dan Pagoda Buddhagaya. Wisata edukasi seperti Museum Mandala Bhakti, Museum MURI, dan Museum Ronggowarsito. Wisata alam seperti Pantai Marina, Pantai Maron, Goa Kreo, Gunung Ungaran, Taman Lele, dan Browncanyon, sampai wisata budaya dan keseniannya seperti Taman Budaya Raden Saleh (TBRS) dan Grand Puri Mareokoco yang dikenal sebagai Taman Mininya Jawa

Tengah yang sekarang ini tengah naik daun di kalangan masyarakat. dan sudah berkembang menjadi wisata alam buatan, dan tentunya masih banyak lagi obyek wisata yang ditawarkan keindahan dan keunikannya untuk dinikmati. (Disbudpar, 2017). Grand Puri Maerokoco memang sedang menjadi salah satu primadona pariwisata yang dimiliki Semarang.. Obyek wisata yang terletak dekat dengan kompleks Pusat Rekreasi Promosi dan Pembangunan (PRPP) Jawa Tengah ini sendiri sebelumnya dikenal karena memiliki anjungan-anjungan atau yang biasa disebut dengan *replika* atau tiruan dari rumah adat dari kota-kota yang ada di Jawa Tengah (Semarang, Kendal, Demak, Pekalongan, Salatiga, Pati, Jepara, dan lain-lain), namun sekarang bukan hanya anjungan-anjungan tersebut yang dimiliki di kawasan wisata ini melainkan pesona wisata alam buaatannya yang sedang dikembangkan dan ditingkatkan oleh pengelola kawasan wisata ini sejak tahun 2016 seperti hutan bakau di sekitar danau hijau yang ditunjang dengan jembatan kayu yang dapat digunakan pengunjung untuk berjalan santai mengitari area danau tersebut, serta bebek air dan perahu kano yang juga dapat dipergunakan untuk menikmati dan merasakan langsung kesejukan area di sekitar danau dan tumbuhan bakau hijau.

Tabel 1.2
Data Jumlah Kunjungan Wisatawan di Grand Puri Maerokoco Semarang
pada Tahun 2013-2018

BULAN	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Januari	1.610	3.061	4.549	7.976	35.699	38.077
Februari	1.166	1.702	5.297	8.015	36.683	22.600
Maret	1.713	3.282	6.623	9.434	43.179	40.000

BULAN	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
April	1.522	2.915	8.089	11.221	55.200	43.970
Mei	2.991	6.208	10.500	15.366	46.211	31.434
Juni	2.519	5.930	6.330	5.819	26.713	51.550
Juli	1.064	1.251	4.623	11.637	42.100	40.200
Agustus	744	2.553	4.625	8.130	22.600	23.400
September	1.341	1.674	3.332	7.439	22.800	31.800
Oktober	1.522	3.093	4.643	10.249	27.172	27.070
November	1.865	3.020	5.820	8.736	24.800	34.077
Desember	3.953	3.882	9.175	27.105	38.000	-
JUMLAH	22.010	38.571	73.596	131.127	421.157	384.178

Sumber : Divisi Data dan Statistik PRPP Semarang

Pada tabel 1.2 Tahun 2017 menjadi tahun dengan tingkat kunjungan tertinggi yaitu 421.157 pengunjung. Peningkatan intensitas kunjungan terlihat sangat *signifikan* dibanding tahun-tahun sebelumnya. Dilansir dari Tribun Jateng.com, PT PRPP menetapkan target kunjungan per hari sebanyak 2500 kunjungan, dan memperkirakan jumlah kunjungan wisatawan dalam kurun waktu liburan Idul Fitri 2018 akan mengalami peningkatan.

Tabel 1.3
Data Jumlah Kunjungan Wisatawan di Grand Puri Maerokoco Semarang pada Tahun 2018

BULAN	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN	RATA-RATA PER HARI
Januari	38.077	1.269
Februari	22.600	753
Maret	40.000	1.333

BULAN	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN	RATA-RATA PER HARI
April	43.970	1.466
Mei	31.434	1.048
Juni	51.550	1.718
Juli	40.200	1.340
Agustus	23.400	780
September	31.800	1.060
Oktober	27.070	902
November	34.077	1.136
Desember	-	-
JUMLAH	384.178	

Sumber : Divisi Data dan Statistik PRPP Semarang

Namun dalam tabel 1.3 di atas menunjukkan data jumlah kunjungan pada bulan Juni justru mengalami penurunan dari bulan Mei yang merupakan target mereka yang tidak tercapai. Selain itu, target lain yang mereka terapkan yakni mendapatkan sebanyak 2500 kunjungan per hari juga tidak tercapai. Hal tersebut dikarenakan masalah klasik yang terjadi di hampir semua obyek wisata yang ada di Kota Semarang, yaitu susah nya menarik kembali wisatawan yang pernah berkunjung untuk melakukan kunjungan ulang. Masalah tersebut berkaitan dengan kurangnya daya tarik yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung kembali ke suatu obyek wisata, pasalnya daya tarik wisata sering digarap setengah-setengah atau asal jadi, padahal menurut Basiya & Rozak dalam Irawan (2017) kualitas daya tarik pada suatu obyek wisata menjadi faktor kunci yang bisa

dikatakan paling menentukan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Wisatawan dewasa ini cenderung memilih dalam menentukan obyek wisata yang akan dikunjungi berdasarkan seberapa besar daya tarik yang dimiliki dari obyek wisata tersebut (Nuraeni, 2014). Aspek ini yang perlu dibenahi oleh pengelola Grand Puri Maerokoco mengingat beberapa obyek wisata yang ada di Kota Semarang mulai mengupayakan hal yang serupa, yakni pengembangan akan daya tarik wisatanya.

Grand Puri Maerokoco sendiri mengupayakan peningkatan daya tarik wisatanya dengan penambahan fasilitas atau inovasi. Di tahun 2016, pengelola Grand Puri Maerokoco melakukan inovasi berupa penambahan fasilitas dan wahana oleh pengelola obyek wisata. Menurut Rauter, Globocnik, Perl-Vorbach, & Baumgartner (2018) inovasi adalah sesuatu yang baru atau *fresh* yang dimaksudkan untuk memenuhi keinginan konsumen (pengunjung) yang menginginkan sesuatu yang berbeda atau bahkan baru. Inovasi juga sangat berdampak terhadap peningkatan daya tarik wisata oleh pengunjung untuk mau berkunjung kembali ke obyek wisata yang sama di lain waktu. Inovasi yang dilakukan Grand Puri Maerokoco diantaranya adalah merevitalisasi Puri Maerokoco menjadi Grand Puri Maerokoco dengan melakukan pengembangan dan pembangunan beberapa fasilitas dan sarana prasarana, seperti: pemasangan jembatan kayu yang fungsinya sebagai jalan setapak untuk pengunjung menyusuri dan menikmati suasana sejuk di sekitar hamparan tanaman bakau yang mengelilingi danau buatan. Fasilitas lain yang disediakan oleh pengelola Grand Puri Maerokoco adalah perahu kano dan becak air yang dapat digunakan oleh

pengunjung. Perahu kano dan becak air ini juga ternyata menjadi salah satu wahana favorit karena dengan mendayung kano ini dianggap dapat membangun suasana romantis bagi pemuda pemudi, mampu membangun keceriaan anak saat bersama orangtuanya, ataupun dapat membantu sebagian besar pengunjung untuk menenangkan pikiran mereka dengan ketenangan yang tercipta ketika mendayung perahu kano mengitari danau serta warung apung. *Café* juga menjadi andalan Grand Puri Maerokoco, pasalnya selain menyediakan berbagai menu minuman dan makanan ringan maupun berat, *café* tersebut juga menjadi tempat dimana pengunjung dapat bersantai menikmati suasana sekitar area Grand Puri Maerokoco khususnya saat matahari terbenam. Di saat matahari terbenam memanglah menjadi *timing* yang sangat favorit bagi pengunjung saat menghabiskan waktu di *café* tersebut., salah satu alasannya karena suasana yang ditimbulkan sangat tenang, tak heran sangatlah ramai pengunjung ketika sang fajar mulai menyembunyikan kehangatannya.

Selain inovasi, faktor lain yang mempengaruhi minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang terhadap suatu obyek wisata adalah kualitas layanan. Menurut Zeithaml dalam Aryani & Rosinta (2010) kualitas layanan adalah suatu kewajiban bagi perusahaan yang harus selalu ditingkatkan demi terus memenuhi keinginan dari konsumen serta menurut Wyckof (2018) kualitas layanan merupakan suatu keunggulan yang diharapkan senantiasa dijaga dan ditingkatkan untuk selalu memenuhi permintaan akan pasar yang berubah-ubah setiap waktunya. Kualitas layanan juga menjadi faktor dimana calon pengunjung menjatuhkan pilihannya untuk berkunjung, jika kualitas layanan suatu obyek

wisata tinggi maka calon pengunjung tidak akan ragu untuk menjatuhkan pilihan mereka untuk berkunjung, namun sebaliknya jika kualitas layanan suatu obyek wisata rendah maka calon pengunjung akan menjatuhkan pilihannya kepada obyek wisata lain yang mempunyai kualitas layanan yang lebih baik (Aryani & Rosinta, 2010). Grand Puri Maerokoco melakukan usaha dalam rangka peningkatan kualitas layanannya. Upaya-upaya yang dilakukan antara lain dengan memperhatikan aspek-aspek kualitas layanan (tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance), seperti: melakukan program pengambil-alihan pengelolaan Grand Puri Maerokoco langsung ke dalam pengelolaan yang dilakukan oleh PT PRPP Jateng; melakukan upaya kerjasama dengan pihak-pihak lain yang dilakukan untuk pengembangan kegiatan-kegiatan seperti promosi dan pemasaran; perbaikan fasilitas sarana prasarana, seperti: kamar mandi, renovasi bangunan rumah anjungan, penambahan fasilitas listrik, pompa, dan lain-lain; mengoptimalkan fungsi rumah anjungan sebagai *window display* dari budaya dan perkembangan daerah kabupaten/kota se-Jateng dengan tetap melakukan kerjasama dengan dinas pariwisata.

Upaya-upaya dalam peningkatan kualitas layanan tersebut akan mempengaruhi daya tarik suatu obyek wisata di mata wisatawan, dengan begitu wisatawan akan merasa puas setelah berkunjung dan akan memutuskan untuk melakukan kunjungan ulang, selain melakukan kunjungan ulang, bukan tidak mungkin wisatawan akan merekomendasikan obyek wisata tersebut kepada orang lain. Tentunya hal tersebut akan sangat menguntungkan karena merupakan promosi paling murah dan dianggap sebagai bentuk promosi yang paling

berpengaruh karena berdampak pada ketertarikan wisatawan baru untuk berkunjung, maka keuntungan akan datang seiring dengan peningkatan intensitas kunjungan (Abubakar, 2017).

Menurut Gunn dan Mercer dalam (Putri, Farida, & Dewi, 2012) untuk menarik pengunjung melakukan kunjungan ulang diperlukan citra yang baik. Suatu citra wisata perlu dibangun dan tertanam sebelum maupun sesudah wisatawan berkunjung. Wisatawan akan melakukan kunjungan kembali ketika di dalam benak sudah tertanam suatu citra yang baik terhadap suatu obyek wisata, hal tersebut juga tergantung kepada kemampuan pengelola obyek wisata untuk selalu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah setiap waktunya. Ketika pengelola berhasil memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan bahkan sanggup melebihi ekspektasi, maka akan muncul persepsi bahwa hal tersebut adalah benar untuk melakukan kunjungan ke obyek wisata tersebut. Munculnya persepsi tersebut akan membawa pengaruh wisatawan untuk menceritakan pengalamannya selama berkunjung kepada orang lain, selain itu maka akan memacu keinginan untuk melakukan kunjungan ke obyek wisata tersebut di waktu mendatang. Menurut de Chernatony, Harris, & Dall'Olmio Riley (2000) citra dari suatu obyek wisata dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif di dalam persaingan antar penyedia jasa wisata lainnya, sehingga citra wisata dapat meyakinkan pengunjung untuk tidak ragu dalam melakukan kunjungan ulang dibanding untuk melakukan kunjungan ke penyedia jasa wisata lain yang belum tentu baik di benak atau persepsi seorang pengunjung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mengajukan sebuah penelitian dengan judul "*Analisis Pengaruh Inovasi, Kualitas Layanan, Citra Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang dengan Daya Tarik Wisata sebagai Variabel Intervening*"

1.2. Rumusan Masalah

Kebutuhan akan hiburan dan rekreasi tiap individu yang terus meningkat dan berubah-ubah setiap waktunya menjadikan persaingan bisnis di dalam industri pariwisata semakin meningkat khususnya di Kota Semarang. Terlebih melihat tabel 1.1 yang menunjukkan jumlah wisatawan yang berkunjung, baik wisatawan domestik maupun mancanegara mengalami kenaikan setiap tahunnya. Persaingan ini menjadikan banyak pengelola obyek wisata dituntut untuk terus membenahi dan meningkatkan kualitasnya tak terkecuali dengan Grand Puri Maerokoco. Di dalam tabel 1.2 menunjukkan data bahwa di tahun 2017 menjadi tahun yang sangat berbeda dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, dimana terjadi peningkatan intensitas kunjungan yang *signifikan*. Kenaikan ini terjadi dikarenakan adanya penambahan fasilitas dan wahana yang ternyata dapat membuat penasaran dan menarik minat masyarakat untuk berkunjung.

Data yang disajikan dalam tabel 1.2 selain menunjukkan peningkatan intensitas kunjungan yang *signifikan* di tahun 2017 nyatanya terjadi masalah yang sama di setiap tahunnya, yaitu terjadinya fluktuasi kunjungan di beberapa bulannya (Juni, Agustus, November). Menurut pihak pengelola PRPP (Pekan Raya Promosi dan Pembangunan) yang juga bertanggungjawab mengelola obyek wisata Grand Puri Maerokoco mengatakan bahwa hal tersebut dikarenakan pada

bulan Juni, Agustus, dan November adalah bulan-bulan yang bukan merupakan bulan untuk berlibur atau dalam arti lain adalah masih banyak masyarakat yang sibuk bekerja maupun sedang menjalankan *studi* sehingga sangat rendah minat masyarakat untuk kembali melakukan kunjungan ulang ke Grand Puri Maerokoco, Semarang. Alasan lainnya adalah kurangnya hal yang dianggap menarik bagi masyarakat untuk berkunjung ke Grand Puri Maerokoco jika bukan di bulan-bulan liburan, jadi persepsi pengunjung menurut pengelola adalah bahwa untuk melakukan kunjungan ulang di Grand Puri Maerokoco di bulan apapun akan terasa sama, oleh karena itu banyak masyarakat yang memilih melakukan kunjungan pada saat liburan saja.

Berdasarkan data dan fenomena tersebut, maka yang menjadi pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut: “Bagaimana meningkatkan Daya Tarik untuk dapat meningkatkan Minat Kunjung Ulang melalui Inovasi, Kualitas Layanan, dan Citra Wisata pada Obyek Wisata Grand Puri Maerokoco Semarang?”

Dengan demikian maka disusunlah pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap daya tarik wisata?
2. Apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap daya tarik wisata?
3. Apakah terdapat pengaruh citra wisata terhadap daya tarik wisata?
4. Apakah terdapat pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung ulang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas layanan terhadap daya tarik wisata
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap daya tarik wisata
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra wisata terhadap daya tarik wisata
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung ulang

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan saran dan pertimbangan dalam usaha dan langkah-langkah yang akan diterapkan di masa yang akan datang sehingga perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berubah-ubah setiap waktunya.

2. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah referensi atau digunakan sebagai pengembangan studi mengenai konsentrasi pemasaran dalam ilmu manajemen bagi penelitian di masa yang akan datang dan diharapkan mampu menyumbang sebuah wawasan serta

ilmu pengetahuan khususnya mengenai apa saja faktor yang dapat mempengaruhi seorang pengunjung untuk dapat melakukan kunjungan ulang.

3. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini bagi penulis sendiri diharapkan mampu menjadi pengetahuan yang akan berguna kelak ketika memasuki dunia kerja terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen (pengunjung) dalam industri pariwisata dalam melakukan kunjungan ulang pada suatu obyek wisata tertentu.