

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA,
CITRA DESTINASI, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNG
KEMBALI MELALUI KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi pada wisatawan domestik Candi Borobudur)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

PANDU PARAMANANDA

NIM. 12010115130166

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2019

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Pandu Paramananda

Nomor Induk Mahasiswa : 12010115130166

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA DESTINASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada wisatawan domestik Candi Borobudur)**

Dosen Pembimbing : Drs. Budi Sudaryanto, M.T.

Semarang, 13 Mei 2019

Dosen Pembimbing,

(Drs. Budi Sudaryanto, M.T.)

NIP. 195805201985031004

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Pandu Paramananda

Nomor Induk Mahasiswa : 12010115130166

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA DESTINASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada wisatawan domestik Candi Borobudur)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 22 Mei 2019

Tim Penguji:

1. Drs. Budi Sudaryanto, M.T. (.....)

2. Idris, SE., MSi. (.....)

3. Drs. Bambang Munas Dwiyanto, SE, MM, DipCom. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Pandu Paramananda, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA DESTINASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada wisatawan domestik Candi Borobudur)”** merupakan hasil dari tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan maupun sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin ataupun meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat, atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, 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, 13 Mei 2019

Yang membuat pernyataan,

(Pandु Paramananda)

NIM. 12010115130166

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah Melihat, Malaikat Mencatat”

(Penulis)

“Berusahalah semaksimal mungkin, sisanya serahkan kepada Allah SWT”

(penulis)

“dan bertawakkallah kepada (Allah) yang Maha Perkasa lagi Maha
Penyayang”

(Asy-Syuara (26): 217).

skripsi ini saya persembahkan untuk

Kedua Orang Tua

Sumarwiyono dan Siti Sukamtinah

Serta

Kedua Kakak Perempuan

Aji Paramanandi dan Padaria Mulia Paramanandi

ABSTRAK

Pembangunan di sektor pariwisata pun sedang digalakkan oleh beberapa pihak seperti pemerintah, swasta, dan masyarakat yang saling terintegrasi karena beberapa daerah di Indonesia mengandalkan sektor ini untuk menambah pemasukan APBD berupa pajak dan lain-lain serta menjadi pemicu perekonomian kreatif bagi masyarakat sekitar objek pariwisata. Provinsi Jawa Tengah menjadi salah satu Provinsi yang memiliki banyak destinasi wisata. Salah satu destinasi wisata budaya favorit yaitu Destinasi Candi Borobudur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, citra destinasi, dan kualitas layanan terhadap minat kunjung kembali melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 150 responden yang merupakan wisatawan domestik candi Borobudur yang telah berkunjung lebih dari satu kali. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan program AMOS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, serta kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap minat kunjung kembali.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Citra Destinasi, Kualitas Layanan, Kepuasan wisatawan, Minat Kunjung Kembali.

ABSTRACT

The tourism development is being promoted by many parties such as government, private institution and community which are integrated each other for some regions in Indonesia rely on this sector to increase the income of Regional Government Budget that is tax and others, and to stimulate creative economics for people living around the tourism object. The Central Java Province is one of the provinces which has many tourism destinations. One of the most favorite tourism destination is the Borobudur Temple. The aim of the research is to analyze the influence of Price Perception, Destination Image, and Service Quality concerning to Revisit Intention by means of Visitors' Satisfaction as Variable Intervening.

Sampling technique is carried out with purposive sampling. The total of the samples including 150 respondents that is the domestic tourists of Borobudur Temple who have visited it more than once. The device of analysis made use of the research is Structure Equation Modelling (SEM) with Amos 24.0 program.

The result of the research indicates that Price Perception has positive influence on the visitors' Satisfaction, the Destination Image has positive influence on the Visitors' Satisfaction, the Service Quality has Influence on the Visitors' Satisfaction, and then Visitors' Satisfaction has positive influence on the Revisit Intention.

Keyword : Price Perception, Destination Image, Service Quality, Visitors' Satisfaction, Revisit Intention.

KATA PENGANTAR

Tiada kata teristimewa tertulis dari jemari kita semua selain rasa puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang tak pernah henti memberikan rahmat, karunia, kemudahan dan kelancaran bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA DESTINASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada wisatawan domestik Candi Borobudur)”** dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai syarat akademis untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, dukungan, bantuan, maupun doa dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung. Dan pada kesempatan ini, penulis ingin memberikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Suharnomo, SE., MSi selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
2. Dr. Harjum Muharam, SE., ME selaku ketua Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
3. Dr. Mahfudz, S.E., M.T selaku dosen wali bagi penulis selama menempuh studi di Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
4. Drs. Budi Sudaryanto, M.T selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro yang telah memberikan berbagai ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.

6. Segenap karyawan PT Taman Wisata Candi Borobudur, Badan Pusat Statistik kabupaten Magelang yang telah menerima dan membantu saya dalam proses penelitian.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dalam penelitian ini.
8. Teman-teman yang telah membantu dalam memberikan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Semoga seluruh pihak diatas diberikan kemudahan dan kebaikannya dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah ilmu bagi pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistem penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Minat Berkunjung Kembali.....	15
2.1.2 Kepuasan wisatawan.....	16
2.1.3 Persepsi Harga	19
2.1.4 Citra destinasi	21
2.1.5 Kualitas Layanan.....	22
2.2 Pengaruh antar variabel yang diteliti	25
2.2.1 Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan wisatawan	25
2.2.2 Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan	26
2.2.3 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan....	27
2.2.4 Pengaruh kepuasan wisatawan dengan minat kunjung kembali	28
2.3 Penelitian Terdahulu.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
2.5 Dimensi operasional variabel	33
2.5.1 Indikator persepsi harga	33
2.5.2 Indikator citra destinasi	34
2.5.3 Indikator kualitas pelayanan	35

2.5.4 Indikator kepuasan wisatawan	36
2.5.5 Indikator minat berkunjung kembali	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	39
3.1.1 Variabel penelitian	39
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	40
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	44
3.5 Metode Analisis Data	45
3.5.1 Analisis Multivariat	45
3.5.2.1 Pengembangan Model Berdasar Teori.....	46
3.5.2.2 Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural	46
3.5.2.3 Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan	47
3.5.2.4. Menilai Identifikasi Model Struktural	47
3.5.2.5 Menilai Kriteria <i>Goodness-of-Fit</i>	48
3.5.2.6 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1 Deskripsi Umum Destinasi Candi Borobudur.....	54
4.1.2 Gambaran Umum Responden	56
4.1.2.1 Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2.2 Reponden Berdasarkan Usia	57
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	58
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.1.2.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan.....	60
4.2 Analisis Multivariat	61
4.2.1 Pengembangan Model Teoritis	61

4.2.2 Pengembangan Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>)	61
4.2.3 Konversi Diagram Alur Kedalam Persamaan	63
4.2.3.1 Persamaan Measurement Model	64
4.2.3.2 Persamaan <i>Struktural Model</i>	64
4.2.4 Memilih Matriks Input dan Estimasi Model	65
4.2.5 Uji Confirmatory Factor Analysis	66
4.2.6 Uji Struktural	69
4.2.6.1 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	71
4.2.6.2 Ukuran Sampel.....	72
4.2.6.3 Uji Normalitas Residual	72
4.2.6.4 Uji Outlier.....	73
4.2.6.5 Multicollinearity dan signularity	74
4.2.6.6 Uji Realibility dan Variance Extracted.....	75
4.2.6.7 Evaluasi atas Nilai Residual	76
4.2.7 Pengujian Hipotesis	76
4.2.8 Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect.....	78
4.3 Pembahasan.....	80
4.3.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan wisatawan.....	80
4.3.2 Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan wisatawan.....	81
4.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan wisatawan.....	82
4.3.4 Pengaruh Kepuasan terhadap Minat Kunjung Kembali.....	82
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 implikasi manajerial	85
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	86
5.4 Saran untuk Penelitian Mendatang	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik di Jawa Tengah tahun 2013-2017	2
Tabel 1.2 Peringkat Kota/Kab Jumlah Wisatawan Provinsi Jawa Tengah tahun 2017	3
Tabel 1.3 Data Wisatawan Domestik Candi Borobudur tahun 2013-2017	4
Tabel 1.4 Ulasan Wisatawan Candi Borobudur tahun 2017	5
Tabel 1.5 Research Gap Penelitian	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan	60
Tabel 4.6 Persamaan <i>Measurement Model</i>	64
Tabel 4.7 <i>Sample Covarians-Estimate</i>	65
Tabel 4.8 Kriteria <i>Goodness of Fit Confirmatory Factor Analysis</i>	67
Tabel 4.9 <i>Regression Weight Confirmatory Factor Analysis</i>	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Full Model SEM	70
Tabel 4.11 <i>Regression weight</i> Full Model SEM	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.13 Hasil Mahalanobis Distance	73
Tabel 4.14 Uji Reliability dan Variance Extracted	75
Tabel 4.15 Standardized Residual Covariances	76
Tabel 4.16 Uji Hipotesis	77
Tabel 4.17 Nilai Direct Effect	78
Tabel 4.18 Nilai Indirect Effect	79
Tabel 4.19 Nilai Total Effect	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan Keluhan Wisatawan Candi Borobudur Tahun 2016-2017	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
Gambar 2.2 Indikator Persepsi Harga	33
Gambar 2.3 Indikator Citra Destinasi	34
Gambar 2.4 Indikator Kualitas Layanan	35
Gambar 2.5 Indikator Kepuasan wisatawan.....	36
Gambar 2.6 Indikator Minat Kunjung Kembali.....	37
Gambar 4.1 Peta Lokasi Candi Borobudur	54
Gambar 4.2 Diagram Alur.....	62
Gambar 4.3 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	66
Gambar 4.4 Full Model SEM.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner	91
LAMPIRAN 2 Daftar Jawaban Responden	95
LAMPIRAN 3 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	100
LAMPIRAN 4 Analisis Sem Full Model.....	103

BAB I

PENDAHULUAN

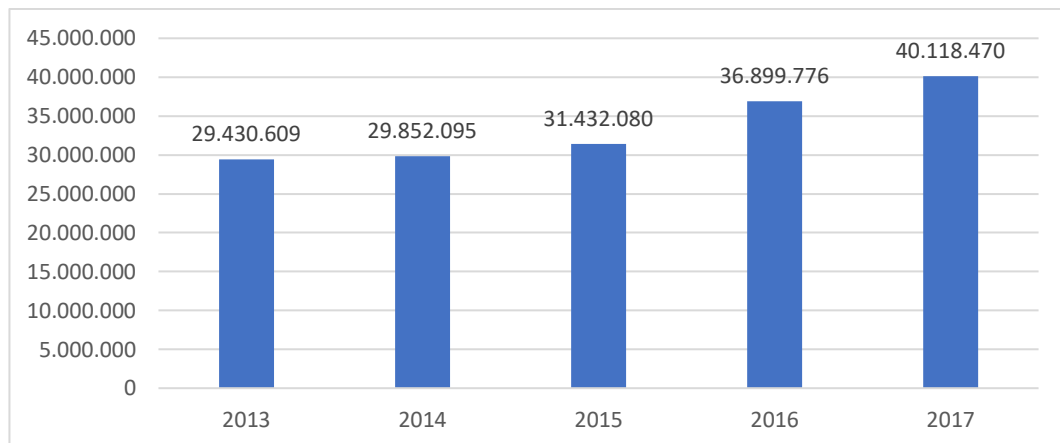
1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang sedang tumbuh dan berkembang dengan cukup pesat dari tahun ke tahun (Khansa , 2016). Pembangunan di sektor pariwisata pun sedang digalakkan oleh beberapa pihak seperti pemerintah, swasta, dan masyarakat yang saling terintegrasi karena beberapa daerah di Indonesia mengandalkan sektor ini untuk menambah pemasukan APBD berupa pajak dan lain-lain serta menjadi pemicu perekonomian kreatif bagi masyarakat sekitar objek pariwisata. Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak sumber daya pariwisata yang sangat potensial untuk dikelola. Sumber daya pariwisata tersebut tersebar dari Sabang sampai dengan Merauke di berbagai wilayah provinsi di Indonesia.

Perkembangan dan pertumbuhan sektor pariwisata yang cukup pesat salah satunya yaitu di provinsi Jawa Tengah. Provinsi Jawa Tengah memiliki daya tarik wisata sebanyak 551 dengan rincian 182 Alam, 110 Budaya, 146 Buatan, 31 Minat khusus dan 82 event dan lain-lain (Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, 2018). Dengan potensi daya tarik yang tinggi tersebut pemerintah provinsi Jawa Tengah terus melakukan perbaikan di berbagai sektor seperti fasilitas penunjang pariwisata dan meningkatkan promosi pariwisata guna mengenalkan seluruh wisata yang ada di Jawa Tengah. Sehingga mampu untuk menarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara untuk berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Jawa Tengah. Pertumbuhan jumlah wisatawan yang

berkunjung ke destinasi wisata yang berada di wilayah Jawa Tengah semakin meningkat terjadi pada lima tahun terakhir ini.

Tabel 1. 1
Jumlah Wisatawan Domestik yang Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Kota/Kabupaten di Jawa Tengah Periode 2013-2017



Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah yang diolah, 2018

Salah satu kota/kabupaten di Jawa Tengah yang banyak dikunjungi oleh wisatawan baik itu domestik adalah kabupaten Magelang dengan jumlah 3.565.856 wisatawan domestik pada tahun 2017. Menduduki peringkat tiga terbanyak setelah kota Semarang 4.198.584 wisatawan dan Kota Solo 3.843.353 wisatawan (Dinas Kepemudaan, olahraga, dan pariwisata Provinsi Jawa Tengah, 2018)

Tabel 1. 2
Peringkat Jumlah Wisatawan Domestik Terbanyak
Provinsi Jawa Tengah
Tahun 2017

Peringkat	Kota / Kabupaten	Jumlah Pengunjung
1	Kota Semarang	4.198.584
2	Kota Solo	3.843.353
3	Kab. Magelang	3.565.856
4	Kab. Semarang	2.699.328
5	Kota Jepara	2.132.073

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah (diolah), 2018.

Terbagi beberapa jenis sektor wisata yang ditawarkan yaitu wisata alam, wisata budaya, wisata buatan, dan wisata khusus. Sektor wisata budaya menjadi salah satu tujuan wisatawan yang berkunjung di kabupaten Magelang. Terdapat beberapa alternatif yang dapat menjadi pilihan wisatawan di sektor wisata budaya ini seperti Candi Borobudur, Candi Mendut dan Pawon, Candi Ngawen, dan lain-lain. Namun objek wisata Candi Borobudur memiliki citra yang baik dibanding wisata budaya lainnya karena objek wisata Candi Borobudur pernah menjadi salah satu dari tujuh keajaiban dunia dan menjadi candi terbesar di dunia.

Candi Borobudur masuk kedalam daftar warisan budaya dunia yang telah diakui oleh UNESCO sejak tahun 1991. Candi yang terletak di wilayah Kabupaten Magelang ini juga menjadi pusat perhatian pemerintah pusat dengan menetapkan objek wisata ini kedalam 10 destinasi prioritas yang diamanatkan langsung oleh Presiden Republik Indonesia melalui surat Sekretariat Kabinet Nomor B 652/Seskab/ Maritim/2015 6 November 2015 tentang penetapan 10 destinasi

prioritas. Objek wisata Candi Borobudur dikelola oleh tiga instansi pemerintah yaitu PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko (persero), Kementerian Pariwisata, serta Pemerintah Daerah Kabupaten Magelang. Sehingga objek wisata Candi Borobudur menjadi objek wisata andalan kabupaten Magelang yang mempunyai daya tarik kuat bagi wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Tetapi tingkat total jumlah kunjungan wisatawan domestik tidak konsisten atau fluktuatif dalam setiap tahun dengan kurun waktu lima tahun terakhir.

Tabel 1. 3
Data Wisatawan Domestik Candi Borobudur
2013-2017

Bulan	Domestik				
	2013	2014	2015	2016	2017
Januari/ <i>January</i>	267 189	324 624	301 690	324 590	400 191
Pebruari/ <i>February</i>	135 565	115 244	166 323	230 022	197 361
Maret/ <i>March</i>	218 012	206 051	201 414	229 138	261 872
April/ <i>April</i>	162 241	165 001	206 204	244 617	325 315
Mei/ <i>May</i>	458 675	456 831	500 103	403 267	339 867
Juni/ <i>June</i>	423 821	385 240	230 725	227 469	272 389
Juli/ <i>July</i>	115 960	192 652	362 997	455 863	359 235
Agustus/ <i>August</i>	377 473	272 266	192 641	176 405	164 358
September/ <i>September</i>	133 981	130 361	135 266	177 105	175 155
Oktober/ <i>October</i>	169 746	190 290	301 690	237 505	206 957
Nopember/ <i>November</i>	171 841	192 222	187 073	216 647	202 795
Desember/ <i>December</i>	512 660	526 384	606 867	672 056	654 831
TOTAL	3 147 164	3 157 166	3 392 993	3 594 684	3 551 326

Sumber : Badan Pusat Statistika kabupaten Magelang, 2018

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik kabupaten Magelang diatas memperlihatkan bahwa terjadi kenaikan jumlah pengunjung dari tahun 2013 hingga tahun 2016. Namun pada tahun 2017 terjadi penurunan jumlah pengunjung Candi Borobudur. Penurunan yang terjadi pada tahun 2017 inilah yang menjadi alasan utama dalam melakukan penelitian ini.

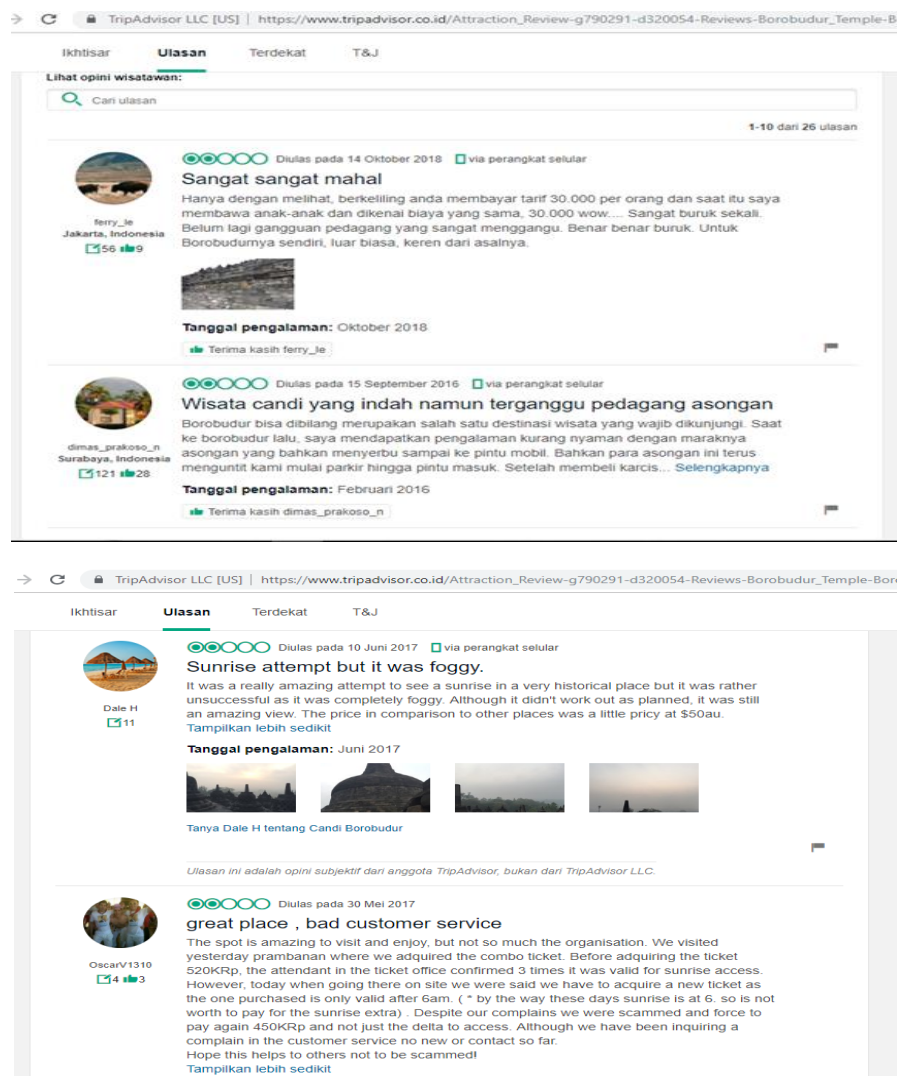
Tabel 1.4
Ulasan wisatawan Candi Borobudur
Tahun 2017

No	Kategori review	Jumlah review	Persentase
1	Luar biasa	1.754	69%
2	Bagus	713	24%
3	Rata-rata	137	5%
4	Buruk	21	1%
5	Sangat buruk	5	1%
		2.630	100%

<https://www.tripadvisor.co.id>

Ulasan yang disampaikan oleh wisatawan Candi Borobudur dari tahun 2017 hingga 2018 memperlihatkan bahwa ulasan kepuasan wisatawan lebih besar dibandingkan dengan keluhan yang dirasakan. Namun keluhan yang disampaikan wisatawan tidak dapat diabaikan begitu saja karena dari keluhan yang disampaikan mampu untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Beberapa ulasan keluhan yang disampaikan wisatawan sebagai berikut :

Gambar 1.1 Ulasan keluhan wisatawan Candi borobudur Tahun 2016-2017



Sumber : www.tripadvisor.com , 2018

Menurut penelitian terdahulu di objek wisata Candi Borobudur oleh Irianto, (2017) yang berjudul “Pengaruh Faktor Pendorong Dan Penarik Terhadap Minat Kembali Wisatawan Dengan Kepuasan Destinasi Sebagai Mediator (Studi Pada Wisatawan Nusantara Taman Wisata Candi Borobudur)” menjelaskan bahwa faktor pendorong (*push factors*) adalah faktor yang menciptakan keinginan *intangibile*

atau intrinsik individu untuk pergi berlibur (Khuong & Ha, 2014 dikutip dalam Irianto, 2017). Faktor pendorong dapat diukur dengan indikator seperti mempelajari sesuatu yang baru dan menarik, mengunjungi tempat yang belum pernah dikunjungi, bertemu dengan individu baru dan istirahat dari rutinitas sehari-hari. Sedangkan Faktor penarik menurut Khuong & Ha, 2014 dikutip Irianto (2017) yaitu kepuasan wisatawan berdasarkan pada perbandingan harapan sebelum melakukan perjalanan dan gambaran tentang destinasi dengan pengalaman wisatawan setelah melakukan perjalanan. Faktor penarik juga dapat diukur melalui indikator seperti fasilitas fisik yang baik, kegiatan khusus yang menarik, cuaca yang mendukung, nilai seni, budaya, sejarah dan agama yang didapat, suasana aman dan nyaman, serta lokasi yang mudah di untuk diakses. Penelitian terdahulu ini menggambarkan bahwa faktor yang mampu memengaruhi secara signifikan positif minat berkunjung kembali wisatawan ialah faktor penarik (*pull factors*) melalui variabel kepuasan wisatawan. Sedangkan faktor pendorong (*push factors*) tidak memengaruhi secara signifikan minat berkunjung kembali wisatawan melalui kepuasan wisatawan. Sehingga dalam penelitian ini tertarik untuk memperjelas faktor penarik didalam penelitian diatas yang dimaksud.

Banyak faktor penarik yang memengaruhi penurunan total jumlah pengunjung objek wisata Candi Borobudur pada tahun 2017. Salah satu penyebabnya adalah berkurangnya kepuasan wisatawan ketika mengunjungi Candi Borobudur sehingga berdampak pada kurangnya minat konsumen untuk melakukan kunjungan ulang. Konsumen yang merasa puas biasanya akan bersedia melakukan kunjungan ulang dalam kurun waktu dekat dan merekomendasikan

objek wisata tersebut kepada kerabat dekat. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler and Keller, (2009) yang menyatakan bahwa salah satu cara untuk mempertahankan wisatawan ialah menciptakan kepuasan wisatawan.

Untuk menciptakan kepuasan wisatawan bukan hal yang mudah karena kepuasan wisatawan sangat tergantung pada persepsi dan harapan wisatawan itu sendiri. Gon Kim, Ng, & Kim, 2009 menyatakan bahwa agar dapat menciptakan kepuasan wisatawan, objek wisata perlu mengetahui beberapa faktor yang memengaruhi persepsi dan harapan wisatawan.

Salah satu faktor penarik yang diduga mampu memengaruhi kepuasan wisatawan ialah persepsi harga karena konsumen merasa harga yang ditawarkan oleh suatu produk dan jasa harus sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang diterima. (Khansa, 2016) menunjukkan bahwa persepsi harga yang ditawarkan tinggi maka konsumen beranggapan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan akan tinggi pula. Kenaikan harga tiket yang semula Rp 30.000,00 menjadi Rp 40.000,00 untuk wisatawan domestik dewasa dan Rp 20.000,00 dari semula Rp 12.000,00 untuk anak-anak dibawah umur pada awal tahun 2017 diduga mengakibatkan menurunnya tingkat kunjungan Objek Wisata Candi Borobudur. Banyak ulasan yang mengeluhkan kenaikan harga tiket masuk Candi Borobudur karena harga yang dibayarkan cukup mahal hanya sekedar menikmati Candi Borobudur. Menurut penelitian Khansa, (2016) yang berjudul “Pengaruh Harga dan Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan (studi pada wisatawan domestik Kebun Raya Bogor) mengidentifikasi bahwa persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui

kepuasan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Marinkovic *et al*, (2014) menerangkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan namun berpengaruh secara langsung terhadap minat berkunjung kembali. Dikuatkan oleh Wijayanti, (2015) yang juga menerangkan bahwa persepsi harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan namun berpengaruh positif secara langsung terhadap minat berkunjung kembali.

Tabel 1. 5
Research Gap Penelitian

No	Variabel	Nama	Judul	Berpengaruh melalui kepuasan
1	Persepsi harga	Verissa Rana Khansa (2015)	Pengaruh harga dan citra destinasi terhadap niat kunjung kembali melalui kepuasan (studi pada wisatawan domestik kebun raya bogor)	Signifikan Positif
		Veljko Marinkovic (2014)	The antecendens of satisfaction and revisit intentions for full service restaurants	Tidak signifikan
		Ika wahyu wijayanti (2015)	Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan nilai pelanggan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel inervening	Signifikan negatif

No	Variabel	Nama	Judul	Berpengaruh melalui kepuasan
2	Citra destinasi	Verissa Rana Khansa (2015)	Pengaruh harga dan citra destinasi terhadap niat kunjung kembali melalui kepuasan (studi pada wisatawan domestik kebun raya bogor)	Signifikan positif
		Beliinda Sofia Nuraeni (2014)	Analisis faktor yang memengaruhi minat kunjung ulang wisatawan museum Ranggawarsita Semarang	Tidak signifikan
3	Kualitas pelayanan	Beliinda Sofia Nuraeni (2014)	Analisis faktor yang memengaruhi minat kunjung ulang wisatawan museum Ranggawarsita Semarang	Tidak signifikan
		Veljko Marinkovic (2014)	The antecedens of satisfaction and revisit intentions for full service restaurants	Signifikan Positif
		Ika Wahyu Wijayanti (2015)	Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan nilai pelanggan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening	Signifikan Positif

Sumber : Khansa, (2016), Marinkovic et al., (2014), Wijayanti, (2015), Nuraeni, (2014).

Citra destinasi dapat mempengaruhi persepsi wisatawan karena citra destinasi sebagai manifestasi dari harapan serta kepuasan wisatawan (Nuraeni, 2014). Citra destinasi seperti suasana yang nyaman dan aman, nilai seni, sejarah, budaya, dan agamay yang dipersepsikan, serta mudahnya akses menuju ke lokasi merupakan indikator dalam mengukur faktor penarik wisatawan (Irianto, 2017). Sehingga citra destinasi yang positif mampu memengaruhi kepuasan wisatawan. Kelemahan yang terdapat pada suatu destinasi wisata dapat disanggah dengan citra yang positif dari destinasi wisata tersebut. Menurut Nuraeni, (2014), citra destinasi berpengaruh positif secara langsung terhadap minat berkunjung kembali. Sedangkan dalam penelitian Khansa, (2016) menyebutkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan. Oleh karena itu penelitian ini tertarik untuk menganalisis unsur citra destinasi sebagai variabel yang memengaruhi kunjungan kembali melalui kepuasan.

Kualitas pelayanan yang baik kepada wisatawan yang berkunjung di suatu destinasi wisata merupakan hal penting dan salah satu indikator faktor penarik (*pull faktor*) dalam memengaruhi kepuasan wisatawan. Skala kualitas layanan merupakan desain kesenjangan pengukuran antara harapan pelanggan tentang layanan dan persepsi mereka tentang layanan yang sesungguhnya (Parasuraman, A ; Zaithaml, V.A ; & Barry, 1985) dalam (Sciffman dan Kanuk, 2007). Dalam penelitian Marinkovic et al., (2014) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Berbeda dengan penelitian Nuraeni, (2014) yang menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif secara langsung terhadap minat berkunjung kembali. Dikuatkan oleh penelitian yang

dilakukan oleh Wijayanti, (2015) menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif baik secara langsung maupun melalui kepuasan terhadap minat berkunjung kembali. sehingga faktor kualitas layanan tertarik untuk dianalisis sebagai variabel yang memengaruhi kunjungan kembali melalui kepuasan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena bisnis pada tabel 1 yang memperlihatkan sebuah penurunan kinerja kunjungan wisatawan domestik pada tahun 2017 serta penjelasan diatas, maka penelitian ini tertarik untuk melakukan kajian tentang “Analisis pengaruh persepsi harga, citra destinasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan. Studi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan domestik yang akan berdampak pada minat berkunjung kembali ke objek wisata Candi Borobudur yang berlokasi di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah faktor persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan domestik Candi Borobudur?
2. Apakah citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan domestik Candi Borobudur?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan domestik Candi Borobudur?

4. Apakah kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan domestik Candi Borobudur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan judul penelitian dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini:

1. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan wisatawan.
2. Menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan.
4. Menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini:

1. Bagi perusahaan pengelola objek wisata ini dapat menjadi gambaran dan informasi untuk menentukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan harga, citra destinasi, kualitas pelayanan, tingkat kepuasan wisatawan, dan minat berkunjung kembali.
2. Bagi peneliti sendiri dapat menjadi pembelajaran dan mampu menerapkan ilmu yang didapat didalam kelas secara langsung di lapangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan informasi dalam penelitian lebih lanjut dibidang yang sama.

1.5 Sistem penulisan

Sistem penulisan yang dianut sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama ini memaparkan pendahuluan tentang penelitian, menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bagian dua ini menjelaskan tentang teori dan konsep dari setiap variabel yang digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian ini. Pada bab ini juga membahas mengenai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bagian ketiga ini merupakan bagian yang menjelaskan metode yang digunakan, metode pengumpulan data, metode analisis data, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, dan tahap pelaksanaan kegiatan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab keempat 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 kelima berisi tentang menguraikan simpulan, keterbatasan, dan saran dalam penelitian ini.