

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

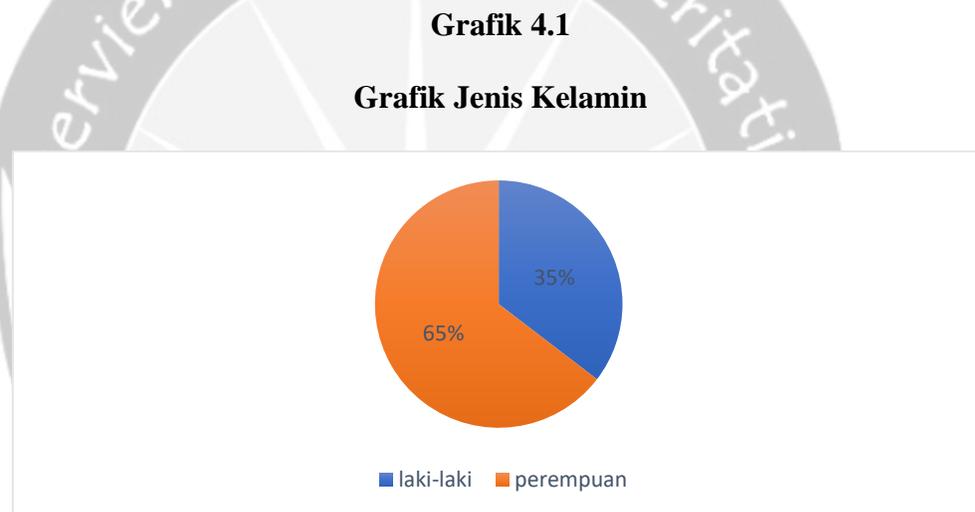
Dalam data yang diperoleh peneliti dari penyebaran kuisisioner kepada wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta minimal sebanyak dua kali dalam satu tahun. Dengan menggunakan objek meliputi candi prambanan, candi ratu boko, pantai parangteritis, keraton Yogyakarta, kawasan wisata hutan pinus, dan kaliurang. Perolehan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 347 responden.

Bab ini berisi tentang pengolahan data. Penulis memperoleh data dari kuisisioner yang telah disebar dengan menggunakan google form dan mendapatkan responden sebanyak 347. Penulis mengolah data secara mendalam dengan menggunakan alat analisis SmartPLS 3.0. Hasil dari kuisisioner yang telah di dapatkan penulis dari wisatawan lokal (wisatawan dalam negeri) di Daerah Istimewa Yogyakarta.

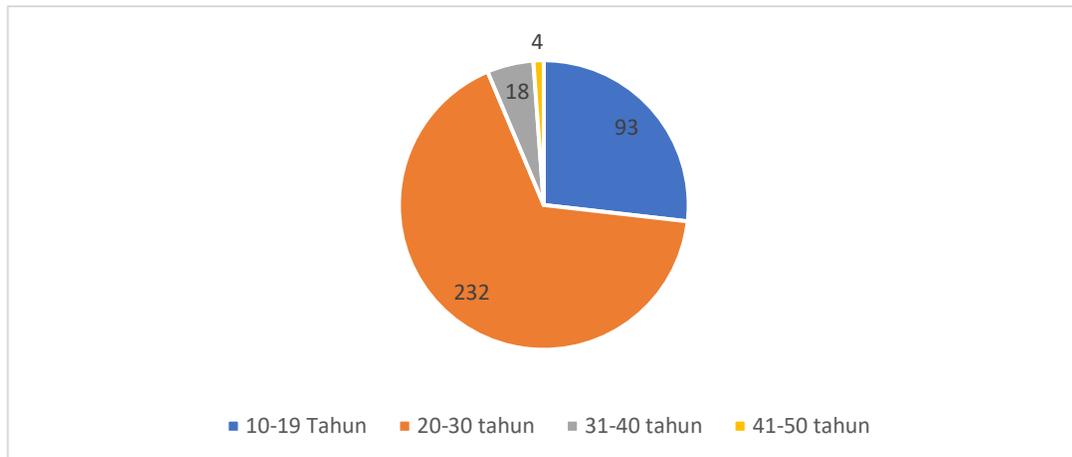
Tahapan pengujian pada bab IV dalam penelitian ini meliputi uji deskriptif, Uji deskriptif dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden yang telah mengisi kuisisioner dalam penelitian ini. Kemudian dilakukan analisis *Partial least Square* dengan melakukan tahapan pengujian, tahapan pertama uji *Outer model* yaitu uji validitas dan reliabilitas. kemudian analisis data dilakukan uji *inner model* dan Uji hipotesis menggunakan *path coefficients* dan *indirect effect*.

4.1. Analisis Deskriptif

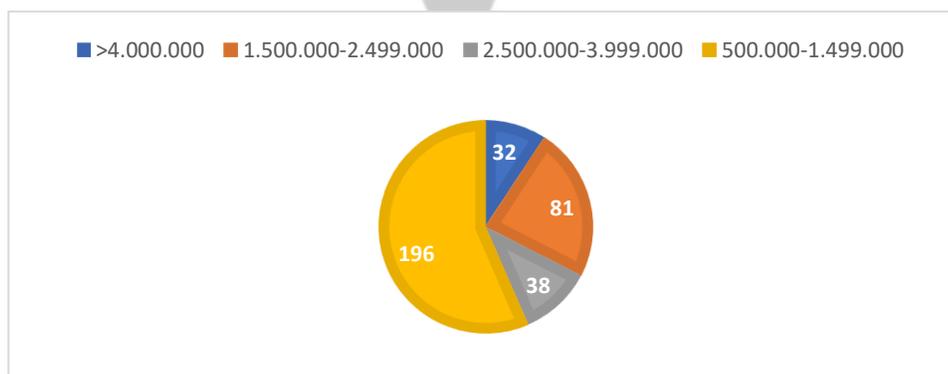
Total responden yang didapatkan peneliti adalah 347 responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini berupa jenis kelamin, usia, jumlah pendapatan, pekerjaan, asal daerah, intensitas kunjungan, tempat wisata yang dikunjungi, alasan berkunjung, informasi mengenai tempat wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data yang diolah disajikan sebagai berikut:



Berdasarkan grafik 4.1 Tabel jenis kelamin, terdapat 347 responden yang dikelompokkan menjadi laki-laki dengan jumlah 123 responden dengan persentase sebesar 35%, dan responden perempuan sebanyak 224 dengan persentase sebesar 65%.

Grafik 4.2**Grafik Usia**

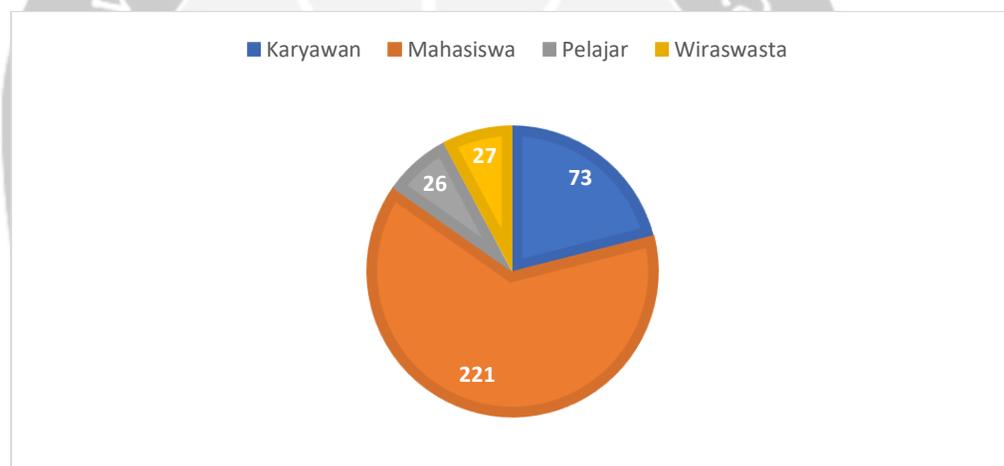
Berdasarkan grafik 4.2 tentang Usia, jumlah responden usia 10-19 tahun berjumlah 93 dengan persentase 27%, rentang usia 20-30 tahun dengan jumlah responden 232 dengan persentase 68%, rentang usia 31-40 tahun berjumlah 18 dengan persentase 5%, dan responden di usia 41-50 tahun memiliki jumlah responden 4 dengan persentase sebesar 1%.

Grafik 4.3**Grafik Jumlah Pendapatan**

Pada grafik 4.3 yang merupakan Jumlah pendapatan, jumlah responden kelompok 500.000-1.499.000 berjumlah 196 responden dengan persentase sebesar 57%. Jumlah responden kelompok 1.500.000-2.499.000 berjumlah 81 responden dengan persentase sebesar 23%. jumlah responden kelompok 2.500.000-3.999.000 berjumlah 38 responden dengan persentase sebesar 11%. Jumlah responden kelompok >4.000.000 berjumlah 32 responden dengan persentase sebesar 9%.

Grafik 4.4

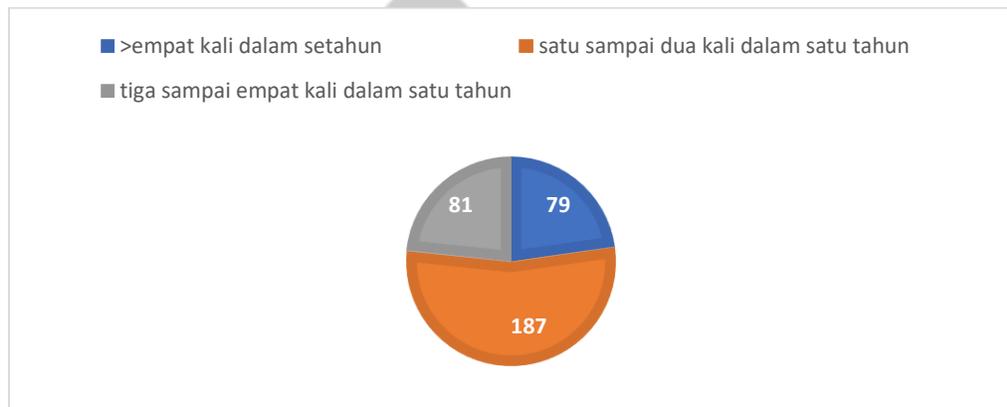
Grafik Kelompok Pekerjaan



Pada grafik 4.4 tentang kelompok pekerjaan, responden Mahasiswa memiliki jumlah responden sebesar 221 dengan persentase 64%. responden karyawan memiliki jumlah responden sebesar 73 dengan persentase 21%. responden pelajar memiliki jumlah responden sebesar 26 dengan persentase 7%. responden wiraswasta memiliki jumlah responden sebesar 27 dengan persentase 8%.

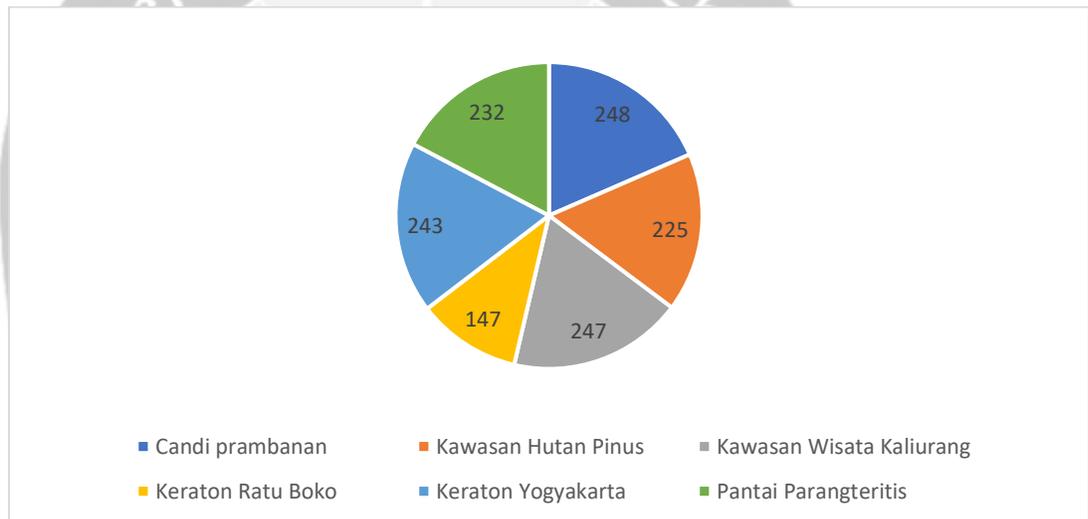
Grafik 4.5**Grafik Asal Daerah**

Pada grafik 4.5 tentang asal daerah, terdapat dua kategori pengelompokan yaitu berasal dari Luar Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah 257 responden dan persentasenya sebesar 74%, dan responden yang berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta sebesar 90 responden dengan persentase sebesar 26%.

Grafik 4.6**Grafik Intensitas Kunjungan**

Pada grafik 4.6, responden pada intensitas kunjungan satu sampai dua kali dalam satu tahun memiliki responden berjumlah 187 dengan persentase 53,9%. responden pada intensitas kunjungan tiga sampai empat kali dalam satu tahun memiliki responden berjumlah 81 dengan persentase 23%. responden pada intensitas kunjungan lebih dari empat tahun memiliki responden berjumlah 187 dengan persentase 53,9%.

Grafik 4.7
Grafik Tempat Wisata yang Dikunjungi

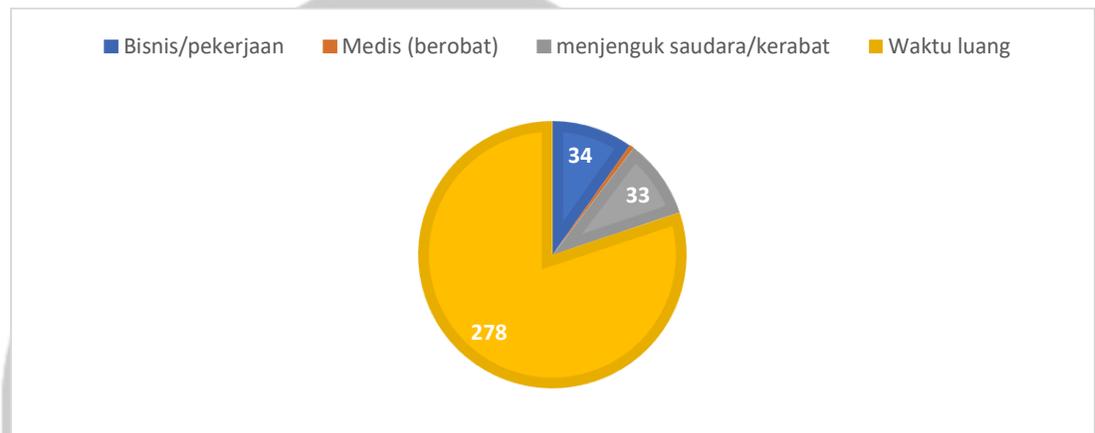


Pada grafik 4.7 tentang tempat wisata yang dikunjungi, responden dapat memilih lebih dari satu tempat wisata yang telah dikunjungi dalam pertanyaan tersebut. Candi prambanan memiliki jumlah responden sebesar 248, dan 71,5% jumlah persentasenya. Kawasan Hutan Pinus memiliki jumlah responden sebesar 225, dan 64,8% jumlah persentasenya. Kawasan Wisata Kaliurang memiliki jumlah responden sebesar 247, dan 71,2% jumlah persentasenya. Keraton ratu boko memiliki jumlah responden sebesar 147, dan 42,4% jumlah persentasenya. Keraton Yogyakarta

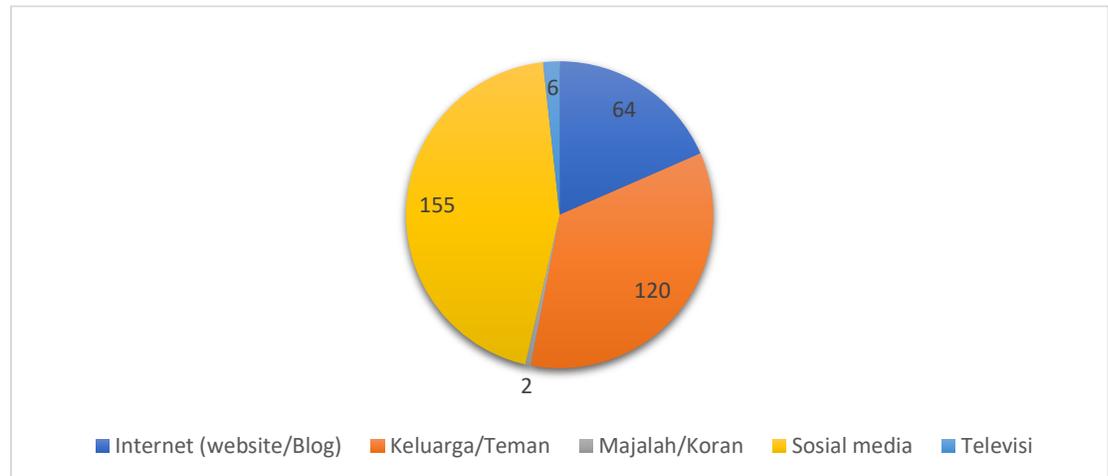
memiliki jumlah responden sebesar 243, dan 70% jumlah persentasenya. Pantai parangteritis memiliki jumlah responden sebesar 232, dan 66,9% jumlah persentasenya

Grafik 4.8

Grafik Alasan Berkunjung

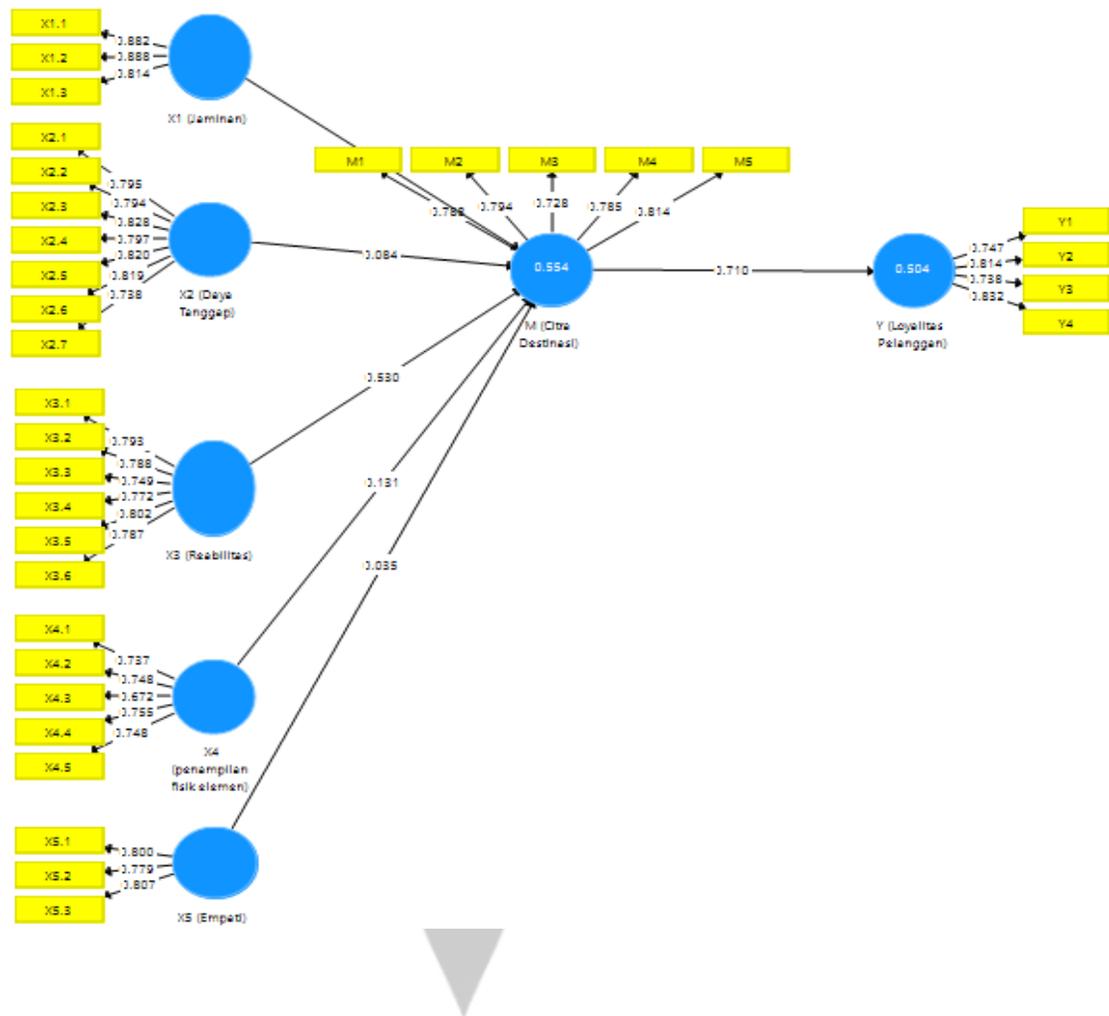


Pada grafik 4.8, tentang alasan berkunjung, waktu luang memiliki jumlah responden sebesar 278 dengan persentase 80%. Bisnis/pekerjaan memiliki jumlah responden sebesar 34 dengan persentase 9.8%. medis (berobat) memiliki jumlah responden sebesar 2 dengan persentase 0,6%. Menjenguk kerabat/saudara memiliki jumlah responden sebesar 33 dengan persentase 9.5%

Grafik 4.9**Grafik Informasi Tempat Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Pada grafik 4.9 tentang informasi tempat wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta, sosial media memiliki persentase sebesar 44,7% dengan jumlah responden 155. televisi memiliki persentase sebesar 1,7% dengan jumlah responden 6. Majalah/koran memiliki persentase sebesar 0,6% dengan jumlah responden 2. Keluarga/teman memiliki persentase sebesar 34,6% dengan jumlah responden 120. Internet memiliki persentase sebesar 18,4% dengan jumlah responden 64.

Gambar 4.1
Hasil Outer Model



4.2. Uji Pengukuran Reflektif (*Outer Model*)

Outer model/measurement model yang mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Model pengukuran terdapat dalam uji validitas dan uji reliabilitas.

4.2.1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, menggunakan uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Validitas konvergen memiliki hubungan dengan prinsip bahwa pengukuran dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi sedangkan validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran konstruk berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. (Jogiyanto & Abdillah, 2016). Langkah pertama yang dilakukan peneliti adalah memindahkan data dari google form ke bentuk excel dengan format penyimpanan CSV *comma delimited*. Karena pls hanya bisa membaca data excel dengan menggunakan format tersebut.

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen memiliki parameter *loading factor* sebesar $>0,7$ dan *average variance extracted* (AVE) sebesar >0.5 . pada tabel 4.1 merupakan tampilan dari pengukuran outer loading yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pada variabel jaminan, terdapat 3 indikator yang menjelaskan jaminan sebagai variabel laten. Seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* $> 0,7$.

- b. Pada variabel daya tanggap, terdapat 7 indikator yang menjelaskan jaminan sebagai variabel laten. Seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* $> 0,7$.
- c. Pada variabel reliabilitas, terdapat 6 indikator yang menjelaskan jaminan sebagai variabel laten. Seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* $> 0,7$.
- d. Pada variabel penampilan elemen fisik, terdapat 5 indikator yang menjelaskan daya tanggap sebagai variabel laten. Indikator X4.1, X4.2, X4.4, X4.5, memiliki nilai *loading factor* $> 0,7$, sehingga kelima indikator tersebut reliabel. sedangkan indikator X4.3 memiliki nilai *loading faktor* sebesar 0.672, nilai *rule of thumb* $> 0,7$ sehingga indikator X4.3 tidak reliabel.
- e. Pada variabel empati, terdapat 3 indikator yang menjelaskan jaminan sebagai variabel laten. Seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* $> 0,7$.
- f. Pada variabel citra destinasi, terdapat 5 indikator yang menjelaskan jaminan sebagai variabel laten. Seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* $> 0,7$.
- g. Pada variabel loyalitas pelanggan, terdapat 4 indikator yang menjelaskan jaminan sebagai variabel laten. Seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* $> 0,7$

Tabel 4.1
Tabel Outer loading

	M (Citra Destinasi)	X1 (Jaminan)	X2 (Daya Tanggap)	X3 (Reliabilitas)	X4 (penampilan fisik elemen)	X5 (Empati)	Y (Loyalitas Pelanggan)
M1	0.788						
M2	0.794						
M3	0.728						
M4	0.785						
M5	0.814						
X1.1		0.882					
X1.2		0.888					
X1.3		0.814					
X2.1			0.795				
X2.2			0.794				
X2.3			0.828				
X2.4			0.797				
X2.5			0.820				
X2.6			0.819				
X2.7			0.738				
X3.1				0.793			
X3.2				0.788			
X3.3				0.749			
X3.4				0.772			
X3.5				0.802			
X3.6				0.787			
X4.1					0.737		
X4.2					0.748		
X4.3					0.672		
X4.4					0.755		
X4.5					0.748		
X5.1						0.800	
X5.2						0.779	
X5.3						0.807	
Y1							0.747
Y2							0.814
Y3							0.738
Y4							0.832

Tabel 4.2

Tabel Nilai Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)	Standar nilai AVE
M (Citra Destinasi)	0.612	0.5
X1 (Jaminan)	0.744	0.5
X2 (Daya Tanggap)	0.639	0.5
X3 (Reabilitas)	0.611	0.5
X4 (penampilan fisik elemen)	0.536	0.5
X5 (Empati)	0.633	0.5
Y (Loyalitas Pelanggan)	0.614	0.5

Keseluruhan nilai *average variance extracted* (AVE) dari setiap variabel terdapat pada tabel 4.2, dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan, seluruh variabel berada diatas nilai yang ditentukan yaitu sebesar >0.5 . variabel yang memiliki nilai AVE tertinggi adalah variabel X1 (Jaminan) dengan nilai 0.744.

2. Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan digunakan untuk mengukur indikator-indikator konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Dalam penelitian ini menggunakan kriteria yaitu kriteria cross loading. Pada tabel 4.3 merupakan indikator untuk standar diskriminan jika nilai cross loading indikator terhadap konstraknya adalah lebih besar dengan konstruk lain sehingga dapat disimpulkan bahwa model memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Dari tabel 4.3, setiap indikator yang dimiliki setiap variabel memiliki nilai yang lebih besar daripada indikator dari variabel lainnya. Sehingga dapat disimpulkan semua indikator dari setiap variabel memenuhi kriteria validitas diskriminan dilihat dari *cross loading*.

Indikator dari variabel X1, variabel X2, variabel X3, variabel X4, variabel X5, variabel Y dan variabel M yang memiliki korelasi tertinggi masing masing sebesar 0.888, 0,828, 0.802, 0.755, 0.807, 0,814, dan 0.832 terhadap setiap konstruksinya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model memiliki kriteria diskriminan validitas.

Tabel 4.3

Hasil Discriminant Validity (Cross Loading)

	M (Citra Destinasi)	X1 (Jaminan)	X2 (Daya Tanggap)	X3 (Reliabilitas)	X4 (penampilan fisik elemen)	X5 (Empati)	Y (Loyalitas Pelanggan)
M1	0.788	0.361	0.437	0.606	0.517	0.424	0.510
M2	0.794	0.415	0.467	0.545	0.449	0.494	0.605
M3	0.728	0.432	0.415	0.570	0.534	0.430	0.514
M4	0.785	0.377	0.443	0.532	0.418	0.400	0.532
M5	0.814	0.400	0.488	0.593	0.512	0.518	0.609
X1.1	0.428	0.882	0.677	0.497	0.527	0.465	0.417
X1.2	0.489	0.888	0.651	0.523	0.562	0.525	0.448
X1.3	0.388	0.814	0.689	0.480	0.465	0.497	0.429
X2.1	0.492	0.575	0.795	0.516	0.500	0.470	0.467
X2.2	0.460	0.615	0.794	0.531	0.553	0.516	0.440
X2.3	0.506	0.664	0.828	0.554	0.544	0.537	0.491
X2.4	0.433	0.670	0.797	0.542	0.534	0.551	0.461
X2.5	0.469	0.604	0.820	0.545	0.505	0.482	0.514

X2.6	0.461	0.668	0.819	0.543	0.550	0.533	0.451
X2.7	0.391	0.546	0.738	0.514	0.549	0.547	0.385
X3.1	0.574	0.506	0.611	0.793	0.669	0.696	0.504
X3.2	0.528	0.525	0.569	0.788	0.588	0.604	0.496
X3.3	0.540	0.381	0.500	0.749	0.493	0.513	0.515
X3.4	0.579	0.429	0.480	0.772	0.568	0.496	0.584
X3.5	0.578	0.472	0.500	0.802	0.581	0.525	0.513
X3.6	0.608	0.414	0.484	0.787	0.538	0.521	0.531
X4.1	0.477	0.478	0.498	0.520	0.737	0.496	0.421
X4.2	0.449	0.515	0.542	0.586	0.748	0.517	0.400
X4.3	0.451	0.287	0.342	0.442	0.672	0.414	0.448
X4.4	0.431	0.486	0.496	0.592	0.755	0.582	0.453
X4.5	0.465	0.443	0.555	0.544	0.748	0.603	0.464
X5.1	0.463	0.445	0.494	0.593	0.580	0.800	0.459
X5.2	0.434	0.449	0.529	0.556	0.522	0.779	0.470
X5.3	0.489	0.477	0.523	0.555	0.597	0.807	0.424
Y1	0.569	0.353	0.394	0.499	0.424	0.448	0.747
Y2	0.541	0.380	0.463	0.541	0.484	0.403	0.814
Y3	0.519	0.407	0.496	0.582	0.491	0.453	0.738
Y4	0.592	0.427	0.455	0.487	0.475	0.466	0.832

4.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengukur keandalan dan kestabilan suatu indikator dalam mengukur variabel. Dalam penelitian ini, menggunakan kriteria *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. dengan nilai kriterianya sebesar 0,7 untuk *cronbach's alpha* dan 0,6 untuk *composite reliability* (Jogiyanto & Abdillah, 2016). Menurut Ghazali (2015) suatu indikator dikatakan reliabel jika indikator *composite reliability* lebih besar dari pada *cronbach's alpha*.

Tabel 4.4
Tabel Uji Reliabilitas
Nilai *Cronbach's Alpha*

	Cronbach's Alpha	Standar cronbach's Alpha
M (Citra Destinasi)	0.841	0.7
X1 (Jaminan)	0.828	0.7
X2 (Daya Tanggap)	0.906	0.7
X3 (Reliabilitas)	0.873	0.7
X4 (penampilan fisik elemen)	0.783	0.7
X5 (Empati)	0.710	0.7
Y (Loyalitas Pelanggan)	0.789	0.7

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas
Nilai *Composite Reliability*

	Composite Reliability	Standar cronbach's Alpha
M (Citra Destinasi)	0.887	0.6
X1 (Jaminan)	0.897	0.6
X2 (Daya Tanggap)	0.925	0.6
X3 (Reliabilitas)	0.904	0.6
X4 (penampilan fisik elemen)	0.852	0.6
X5 (Empati)	0.838	0.6
Y (Loyalitas Pelanggan)	0.864	0.6

Dari hasil olahan data yang dapat dilihat di tabel 4.4 seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* >0.7 dan pada tabel 4.5 seluruh variabel memiliki nilai *composite variabel* >0.6. nilai seluruh composite variabel juga lebih tinggi daripada nilai *cronbach's alpha* sehingga memperkuat uji reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini.

4.3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah melakukan uji pengukuran reflektif (*Outer model*), selanjutnya melakukan Evaluasi model struktural (*inner model*). Pengujian model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* untuk memprediksi kekuatan model struktural dari variabel latennya. Berikut tabel 4.6 yang merupakan dari *R-square*:

Tabel 4.6
Tabel *R-square*

	R Square
M (Citra Destinasi)	0.554
Y (Loyalitas Pelanggan)	0.504

Dari tabel 4.6 nilai *R-square* untuk variabel Citra Destinasi (M) adalah 0.554 (55,4%), nilai tersebut dapat dijelaskan oleh faktor-faktor layanan yang meliputi X1 (jaminan), X2 (daya tanggap), X3 (reliabilitas), X4 (penampilan elemen fisik), dan X5 (empati) sebesar 55,4% sedangkan sisanya sebesar 44,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Nilai *R-square* variabel Y (loyalitas pelanggan) adalah 0,504 (50,4%), nilai tersebut dapat dijelaskan oleh faktor dalam variabel Citra destinasi (Variabel M) sebesar 50,4% sedangkan sisanya sebesar 49,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

4.4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini berdasarkan dari hasil analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan melakukan uji *Boostraping*. menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% (α 5%) dan T-statistic dengan T-table (1,96). Hipotesis dalam penelitian ini adalah jika nilai T-statistic > t-table maka hipotesis diterima, jika T-statistics < T-table maka hipotesis ditolak, dan jika p -value < tingkat kepercayaan ($\alpha=0,5$) maka hipotesis diterima, jika p -value > tingkat kepercayaan ($\alpha=0,5$) maka hipotesis ditolak. Berdasarkan dari uji hipotesis yang dilakukan, hasil uji hipotesis terdapat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7

Tabel Path Coefficient

	T Statistics	P Values	Hasil
M (Citra Destinasi) -> Y (Loyalitas Pelanggan)	19.874	0.000	diterima
X1 (Jaminan) -> M (Citra Destinasi)	0.551	0.582	ditolak
X2 (Daya Tanggap) -> M (Citra Destinasi)	1.028	0.305	ditolak
X3 (Reliabilitas) -> M (Citra Destinasi)	7.941	0.000	diterima
X4 (Penampilan Elemen Fisik) -> M (Citra Destinasi)	1.742	0.082	ditolak
X5 (Empati) -> M (Citra Destinasi)	0.527	0.598	ditolak

Hipotesis pertama adalah citra destinasi (M) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Variabel citra destinasi memiliki nilai t-statistik sebesar 19.874 dan p-value sebesar 0.000. Nilai t-statistik citra

destinasi berada diatas nilai t-tabel 1.96 ($19.874 > 1.96$), dengan nilai *p-value* $0.000 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima.

Hipotesis kedua adalah jaminan (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel citra destinasi (M). Variabel jaminan (X1) memiliki nilai t-statistik sebesar 0.551 dan *p-value* sebesar 0.582. Nilai t-statistik jaminan (X1) berada dibawah nilai t-tabel 1.96 ($0.551 < 1.96$), dengan nilai *p-value* $0.582 > 0,05$ sehingga hipotesis ditolak.

Hipotesis ketiga adalah daya tanggap (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel citra destinasi (M). Variabel daya tanggap (X2) memiliki nilai t-statistik sebesar 1.028 dan *p-value* sebesar 0.305. Nilai t-statistik daya tanggap (X2) berada dibawah nilai t-tabel 1.96 ($1.028 < 1.96$), dengan nilai *p-value* $0.305 > 0,05$ sehingga hipotesis ditolak.

Hipotesis empat adalah reliabilitas (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel citra destinasi (M). Variabel reliabilitas (X3) memiliki nilai t-statistik sebesar 7.941 dan *p-value* sebesar 0.000. Nilai t-statistik reliabilitas (X3) berada diatas nilai t-tabel 1.96 ($7.941 > 1.96$), dengan nilai *p-value* $0.000 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima.

Hipotesis lima adalah penampilan elemen fisik (X4) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel citra destinasi (M). Variabel penampilan elemen fisik (X4) memiliki nilai t-statistik sebesar 1.742 dan *p-value* sebesar 0.082.

Nilai t-statistik penampilan elemen fisik (X4) berada dibawah nilai t-tabel 1.96 ($1.742 < 1.96$), dengan nilai *p-value* $0.082 > 0,05$ sehingga hipotesis ditolak.

Hipotesis enam adalah empati (X5) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel citra destinasi (M). Variabel empati (X5) memiliki nilai t-statistik sebesar 0.527 dan *p-value* sebesar 0.598. Nilai t-statistik empati (X5) berada dibawah nilai t-tabel 1.96 ($0.527 < 1.96$), dengan nilai *p-value* $0.598 > 0,05$ sehingga hipotesis ditolak.

Tabel 4.8

Tabel *Indirect Effect*

	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil
X1 (Jaminan) -> Y (Loyalitas Pelanggan)	0.547	0.585	Ditolak
X2 (Daya Tanggap) -> Y (Loyalitas Pelanggan)	1.009	0.313	Ditolak
X3 (Reliabilitas) -> Y (Loyalitas Pelanggan)	7.490	0.000	Diterima
X4 (Penampilan Elemen Fisik) -> Y (Loyalitas Pelanggan)	1.694	0.091	Ditolak
X5 (Empati) -> Y (Loyalitas Pelanggan)	0.528	0.598	Ditolak

Hipotesis tujuh merupakan hipotesis tentang citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa jaminan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Hipotesis tujuh menyatakan bahwa citra destinasi sebagai mediasi tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara Jaminan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil *indirect effect* menunjukkan *T-statistic* ($0.547 < 1,97$) dan *p-value* ($0,585 > 0,5$) maka hipotesis ditolak.

Hipotesis delapan merupakan hipotesis tentang citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa daya tanggap (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hipotesis delapan menyatakan bahwa citra destinasi sebagai mediasi tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara daya tanggap terhadap loyalitas pelanggan. Hasil *indirect effect* menunjukkan T-statistic ($1.009 < 1,97$) dan p-value ($0,313 > 0,5$) maka hipotesis ditolak.

Hipotesis sembilan merupakan hipotesis tentang citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa reliabilitas (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hipotesis sembilan menyatakan bahwa citra destinasi sebagai mediasi mempengaruhi secara signifikan hubungan antara reliabilitas terhadap loyalitas pelanggan. Hasil *indirect effect* menunjukkan T-statistic ($7.490 < 1,97$) dan p-value ($0,000 > 0,5$) maka hipotesis diterima.

Hipotesis sepuluh merupakan hipotesis tentang citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa penampilan elemen fisik (X4) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hipotesis sepuluh menyatakan bahwa citra destinasi sebagai mediasi tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara penampilan elemen fisik terhadap loyalitas pelanggan. Hasil *indirect effect* menunjukkan T-statistic ($1.694 < 1,97$) dan p-value ($0,091 > 0,5$) maka hipotesis ditolak.

Hipotesis sebelas merupakan hipotesis tentang citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa empati (X5) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hipotesis delapan menyatakan bahwa citra destinasi sebagai mediasi tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara empati terhadap loyalitas

pelanggan. Hasil *indirect effect* menunjukkan *T-statistic* ($0.528 < 1,97$) dan *p-value* ($0,598 > 0,5$) maka hipotesis ditolak.

4.5. Pembahasan

Data dalam penelitian ini didapatkan dari responden wisatawan lokal yang pernah mengunjungi wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Setelah dilakukan pengolahan maka akan dilakukan pembahasan secara lebih rinci. Tujuan dari penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efek mediasi citra destinasi terhadap kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya milik akroush et.all (2015) tentang *tourism Service quality and destination loyalty-the mediating role of destination image from international tourist' perspective*. Responden dalam penelitian ini memiliki jumlah 347 responden. Sedangkan responden pada penelitian terdahulu berjumlah 300 responden. Teknik yang digunakan peneliti terdahulu adalah CFA, EFA, dan analisis mediasi menggunakan SPSS, sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik *outer model*, *inner model*, dan uji *path coefficient* dengan menggunakan alat analisis Smart PLS 3.0. responden pada penelitian ini adalah wisatawan lokal yang melakukan wisata ke Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan responden penelitian terdahulu adalah wisatawan asing yang pernah mengunjungi Laut mati, Yordania. Berikut merupakan pembahasan yang diambil dari hasil tabel 4.9 tentang tabel hasil hipotesis:

4.5.1. Pengaruh citra destinasi (M) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil hipotesis pada tabel 4.9, diketahui bahwa citra destinasi (M) berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan, maka hipotesis H1 ditolak. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akroush et all (2015). bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

4.5.2. Pengaruh jaminan (X1) terhadap variabel citra destinasi (M)

Berdasarkan hasil hipotesis pada tabel 4.9, diketahui bahwa jaminan (X1) tidak berpengaruh terhadap citra destinasi (M), maka H2 ditolak. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akroush et all (2015). Wisatawan belum menerima layanan jaminan (X1) berupa kemampuan dan pengetahuan tentang wisata dari pengelola tempat wisata di daerah istimewa Yogyakarta sehingga tidak mempengaruhi kesan terhadap tempat wisata yang dikunjungi atau citra destinasi.

4.5.3. Pengaruh daya tanggap (X2) terhadap variabel citra destinasi (M)

Berdasarkan hasil hipotesis pada tabel 4.9, diketahui bahwa daya tanggap (X2) tidak berpengaruh terhadap citra destinasi (M), maka H3 ditolak. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh akroush et all (2015). Wisatawan belum menerima daya tanggap (X2) berupa perhatian dan ketepatan dalam layanan wisata dari pengelola tempat wisata di daerah istimewa Yogyakarta sehingga tidak mempengaruhi citra destinasi wisata.

4.5.4. Pengaruh reliabilitas (X3) terhadap variabel citra destinasi (M)

Berdasarkan hasil hipotesis pada tabel 4.9, diketahui bahwa reliabilitas (X3) berpengaruh terhadap citra destinasi (M), maka H4 diterima. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh akroush et all (2015). bahwa empati (X3) berpengaruh terhadap citra destinasi (M).

4.5.5. Pengaruh penampilan elemen fisik (X4) terhadap citra destinasi (M)

Berdasarkan hasil hipotesis pada tabel 4.9, diketahui bahwa penampilan elemen fisik (X4) tidak berpengaruh terhadap citra destinasi (M), maka H5 ditolak. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh akroush et all (2015). Wisatawan belum menerima penampilan elemen fisik (X4) berupa fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi dalam layanan wisata dari pengelola tempat wisata di daerah istimewa Yogyakarta sehingga tidak mempengaruhi citra destinasi wisata.

4.5.6. Pengaruh empati (X5) terhadap variabel citra destinasi (M)

Berdasarkan hasil hipotesis pada tabel 4.9, diketahui bahwa empati (X4) tidak berpengaruh terhadap citra destinasi (M), maka H6 ditolak. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh akroush et all (2015). Wisatawan menerima empati (X5) berupa perhatian individual yang diberikan pengelola wisata kepada pelanggannya dalam layanan wisata di daerah istimewa Yogyakarta sehingga tidak mempengaruhi citra destinasi wisata.

4.5.7. Pengaruh citra destinasi sebagai mediasi jaminan (X1) dan loyalitas pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil hipotesis pada tabel 4.9, citra destinasi sebagai mediasi tidak berpengaruh terhadap Jaminan dan loyalitas pelanggan. Karena jaminan (X1) tidak berpengaruh terhadap citra destinasi (M) dan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan berupa kemampuan dan pelayanan wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta tidak mempengaruhi citra destinasi tempat wisata dan tidak mempengaruhi wisatawan untuk datang kembali ke tempat wisata yang dikunjungi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

4.5.8. Pengaruh citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa daya tanggap (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil hipotesis pada tabel 4.9, citra destinasi sebagai mediasi tidak berpengaruh terhadap daya tanggap (X2) dan loyalitas pelanggan. Karena daya tanggap (X2) tidak berpengaruh terhadap citra destinasi (M) dan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap (X2) berupa perhatian dan ketepatan dalam layanan wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta tidak mempengaruhi citra destinasi tempat wisata dan tidak mempengaruhi wisatawan untuk datang kembali ke tempat wisata yang dikunjungi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

4.5.8. Pengaruh citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa reliabilitas (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Dari hasil hipotesis pada tabel 4.9, citra destinasi sebagai mediasi berpengaruh positif antara reliabilitas terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh akroush et all (2015) tentang citra destinasi sebagai mediasi berpengaruh penuh terhadap reliabilitas dan loyalitas pelanggan.

4.5.9. Pengaruh citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa penampilan elemen fisik (X4) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil hipotesis pada tabel 4.9, citra destinasi sebagai mediasi tidak berpengaruh terhadap penampilan elemen fisik (X4) dan loyalitas pelanggan. Karena penampilan elemen fisik (X4) tidak berpengaruh terhadap citra destinasi (M) dan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Dapat disimpulkan bahwa variabel penampilan elemen fisik (X4) berupa fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi dalam layanan wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta tidak mempengaruhi citra destinasi tempat wisata dan tidak mempengaruhi wisatawan untuk datang kembali ke tempat wisata yang dikunjungi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

4.5.10. Pengaruh citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa empati (X5) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil hipotesis pada tabel 4.9, citra destinasi sebagai mediasi tidak berpengaruh terhadap empati (X5) dan loyalitas pelanggan. Karena empati (X4) tidak

berpengaruh terhadap citra destinasi (M) dan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Dapat disimpulkan bahwa variabel empati (X5) berupa perhatian individual yang diberikan pengelola wisata kepada pelanggannya dalam layanan wisata di daerah istimewa Yogyakarta tidak mempengaruhi wisatawan untuk datang kembali ke tempat wisata yang dikunjungi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tabel 4.9

Tabel Signifikansi

Hipotesis	Keterangan	Hasil
H1	Citra destinasi (M) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y)	Signifikan
H2	Jaminan (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel citra destinasi (M)	Tidak signifikan
H3	Daya tanggap (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel citra destinasi (M)	Tidak signifikan
H4	Reliabilitas (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel citra destinasi (M)	signifikan
H5	Penampilan elemen fisik (X4) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel citra destinasi (M)	Tidak Signifikan
H6	Empati (X5) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel citra destinasi (M)	Tidak Signifikan
H7	Citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa jaminan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y)	Tidak signifikan
H8	Citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa daya tanggap (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y)	Tidak signifikan
H9	Citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa reliabilitas (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y)	signifikan

H10	Citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa penampilan elemen fisik (X4) terhadap loyalitas pelanggan (Y)	Tidak Signifikan
H11	Citra destinasi sebagai mediasi antara kualitas layanan berupa empati (X5) terhadap loyalitas pelanggan (Y)	Tidak Signifikan

