

TESIS

**EVALUASI ATRIBUT WISATA TERHADAP
KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN *DESTINATION*
*LOYALTY***

(Studi pada Candi Prambanan)



PINKAN NIDYA PUTRI MUNGGAR

No. Mahasiswa: 135001954/PS/MM

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2014**




UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Pinkan Nidya Putri Munggar
Nomor Mahasiswa : 135001954/PS/MM
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Evaluasi Atribut Wisata Pada Kepuasan, Kepercayaan, dan
Destination Loyalty (Studi pada Candi Prambanan)

Nama Pembimbing
Mahestu N Krisjanti, M.Sc.Ib.,Ph.D.

Tanggal
15/16/14

Tanda tangan




UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER
MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Pinkan Nidya Putri Munggar
Nomor Mahasiswa : 135001954/PS/MM
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Evaluasi Atribut Wisata Terhadap Kepuasan, Kepercayaan,
dan *Destination Loyalty* (Studi pada Candi Prambanan)

Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. J. Ellyawati, MM	<u>16/10/14</u>	
W. Mahestu Noviandra K, M.Sc.Ib., Ph.D.	<u>15/10/14</u>	
Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	<u>15/10/2014</u>	

Ketua Program Studi

W. Mahestu Noviandra K, M.Sc.Ib., Ph.D.
PASCASARJANA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pinkan Nidya Putri Munggar
Nomor Mahasiswa : 135001954/PS/MM
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Evaluasi Atribut Wisata Pada Kepuasan, Kepercayaan, dan
Destination Loyalty (Studi pada Candi Prambanan)

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya peneliti lain. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Jika tesis ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan/ atau saksi hukum yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan dari pihak manapun

Yogyakarta, 8 September 2014

Yang menyatakan,

Pinkan Nidya Putri Munggar

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh 3 atribut wisata yaitu *perceived differences culture*, *perceived safety*, *perceived convenient transportation* terhadap kepuasan dan kepercayaan wisatawan, serta pengaruh kepuasan dan kepercayaan wisatawan terhadap *destination loyalty*. Candi Prambanan dijadikan sebagai destinasi wisata yang diteliti dengan jumlah responden 200 orang dari wisatawan nusantara yang pernah berkunjung ke Candi Prambanan.

Dalam penulisan tesis ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dalam satu kali waktu pengambilan data (*cross-sectional design*) melalui penyebaran kuesioner *online*. Teknik sampling yang digunakan adalah *convenience sampling*. Kemudian pengolahan data menggunakan SPSS 20 dengan *frequency distribution*, analisis faktor, *crossstabulasi*, dan tiga kali pengujian menggunakan regresi linier berganda.

Dari hasil pengujian tersebut, didapatkan bahwa terbukti *destination loyalty* dipengaruhi secara signifikan oleh kepuasan dan kepercayaan wisatawan terhadap Candi Prambanan sebagai destinasi wisata. *Perceived differences culture*, *perceived safety*, *perceived convenient transportation* berpengaruh positif juga terhadap kepuasan dan kepercayaan wisatawan yang berkunjung ke Candi Prambanan. Selain itu, wisatawan yang tidak puas cenderung tidak loyal pada obyek wisata Candi Prambanan dan wisatawan yang puas cenderung akan loyal pada obyek wisata Candi Prambanan dan wisatawan yang tidak percaya cenderung tidak loyal pada obyek wisata Candi Prambanan dan wisatawan yang percaya cenderung akan loyal pada obyek wisata Candi Prambanan.

Kata kunci : *perceived differences culture*, *perceived safety*, *perceived transportation loyalty*, **kepuasan**, **kepercayaan**, *destination loyalty*

ABSTRACT

This research is purposed to understanding the significance of three tourism attributes influence consist of perceived differences culture, perceived safety, perceived convenient transportation toward the tourist's satisfaction and confidence, and the influence of tourist's satisfaction and confidence toward destination loyalty. Prambanan temple is being a tourism destination that researched with the number of respondents as much as 200 persons from domestic tourists who has visiting to Prambanan Temple.

In this thesis, the author is using quantitative approach in one time of data collection (cross-sectional design) through distributing an online questionnaire. The sampling technique that used is convenience sampling. Then the data processing is using SPSS 20 with frequency distribution, factors analysis, cross-tabulation, and three time test that using multiple linier regressions.

From this test, gained that there is proofed the destination loyalty is significantly influenced by tourist's satisfaction and confidence toward Prambanan Temple as tourism destination. Perceived differences culture, perceived safety, perceived convenient transportation is positively influenced toward tourist's satisfaction and confidence who visiting Prambanan Temple. Besides that, the tourist who are unsatisfied is tending disloyal to Prambanan Temple as tourism object and the tourists who are under-confidence is tending disloyal to Prambanan Temple as tourism object and the tourists who are confidence is tending loyal to Prambanan Temple as tourism object.

Keywords: *Perceived Differences Culture, Perceived Safety, Perceived Convenient Transportation Loyalty, Satisfaction, Confidence, Destination Loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa melimpahkan berkat, rahmat dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Evaluasi Atribut Wisata Pada Kepuasan, Kepercayaan, dan *Destination Loyalty* (Kasus pada Candi Prambanan)” yang disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama masa persiapan, penyusunan hingga selesainya tesis ini, penulis menerima bimbingan, masukan, dorongan, bantuan serta perhatian dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan sepenuh hati penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Mahestu N Krisjanti, M.Sc.Ib.,Ph.D. selaku dosen pembimbing yang selalu menyediakan waktu, memberikan masukan, memberikan semangat kepada penulis dengan tekun dan penuh kesabaran.
2. Bapak Budi Suprpto, MBA, Ph.D dan Ibu DR. J Ellyawati MM yang telah mendampingi dan menguji proposal dan siding pendadaran ini dengan penuh kesabaran, terimakasih atas semua masukan dan saran yang diberikan.
3. Seluruh staf pengajar Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.

4. Untuk Ibu (Enung Nurlela), Adik (Andhika Pratama), Papa (Aang Masriana) yang dengan penuh semangat, kesabaran, pengertian, dukungan, dan mendoakan tanpa lelah.
5. Pipit Nugroho, seseorang spesial yang menemani dalam suka duka dan banyak tersita waktunya untuk kebersamaan demi terselesainya tesis ini.
6. Teman-teman Magister Manajemen angkatan September 2013, Berry, Oryza, Annisha, Andi, Tenti, Ardy, Edji, Richardo, Chinta, Niken, Meivi, Yohanes, Ferdy dan lainnya terimakasih atas hari-hari yang menyenangkan yang telah kita lalui.
7. Teman-teman UNPAD (Universitas Padjadjaran), UPI (Universitas Pendidikan Indonesia), Renalti, Sari, Dian, Andi. Adam, Eni dan lainnya yang telah mendukung dan mendoakan sampai tesis ini selesai.
8. Seluruh pengelola Candi Prambanan yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.
9. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu penyelesaian tesis ini.

Semoga Tuhan YME membalas kebaikan yang telah tercurah dalam rangka terselaikannya tesis ini. Demikianlah hal ini yang dapat penulis sampaikan, atas segala kritik dan saran yang bersifat membangun terhadap sempurnanya hasil penelitian ini, saya ucapkan banyak terimakasih.

Yogyakarta, 8 September 2014

Pinkan Nidya Putri Munggar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pengertian Pariwisata	12
2.2 Destinasi Wisata	12
2.3 Definisi Taman Wisata Candi.....	12
2.3.1. Peruntukan kawasan candi.....	13
2.3.2. Kawasan candi	14
2.3.3. Luas zona	15
2.4 Perilaku Konsumen.....	15
2.4.1. Proses pengambilan keputusan.....	16
2.4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	18
2.5 Persepsi	21
2.6 <i>Perceived Culture Differentiation</i>	22
2.7 <i>Perceived Safety</i>	23
2.8 <i>Perceived Convenient Transportation</i>	24
2.9 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	25
2.10 Kepuasan (<i>Satisfaction</i>).....	26
2.11 <i>Destination Loyalty</i>	28
2.12 Penelitian Terdahulu.....	29
2.13 Kerangka Penelitian.....	31
2.14 Pengembangan Hipotesis.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1. Objek Penelitian	40
3.2. Variabel Penelitian	40

3.3.	Definisi Operasional.....	41
3.4.	Populasi dan Sampel	44
3.4.1.	Populasi	44
3.4.2.	Sampel	44
3.5.	Jenis Data Penelitian	44
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	45
3.6.1.	Survei.....	45
3.6.2.	Kuesioner.....	46
3.7.	Uji Validitas	47
3.8.	Uji Reliabilitas	48
3.9.	Metode Analisis Data	49
3.9.1.	Statistik Deskriptif.....	49
3.9.2.	Analisis Faktor	50
3.9.3.	Analisis Regresi.....	50
BAB IV	ANALISIS DATA	54
4.1.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Wisatawan untuk Berkunjung ke Objek Wisata Candi Prambanan.....	55
4.1.1	<i>Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy</i> ...	55
4.1.2	Rotasi Faktor	56
4.2.	Pengujian Instrumen.....	60
4.2.1	Pengujian Validitas	60
4.2.1	Pengujian Reliabilitas.....	62
4.3.	Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	63
4.4.	Hasil Analisis Regresi	74
4.4.1.	Pengaruh Perbedaan Budaya, Keamanan dan Kenyamanan Transportasi Terhadap Kepuasan	75
4.4.2.	Pengaruh Perbedaan Budaya, Keamanan dan Kenyamanan Transportasi Terhadap Kepercayaan	76
4.4.3.	Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Wisatawan.....	78
4.5.	Hubungan Antara Kepuasan Dengan Loyalitas Wisatawan ..	79
4.6.	Hubungan Antara Kepercayaan Dengan Loyalitas Wisatawan	81
4.7.	Pembahasan.....	82
4.8.	Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	86
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1.	Kesimpulan	88
5.2.	Implikasi Manajerial	90
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	92
	DAFTAR PUSTAKA	94
	LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	Perkembangan Wisatawan Mancanegara dan Devisa, 2009-2013.....	1
1.2	Perkembangan Wisatawan Nasional (Nusantara Tahun 2009-2013	2
2.1	Penelitian Terdahulu	29
3.1	Defini Operasional	42
3.2	Skala Penilaian Jawaban Kuesioner.....	46
4.1	KMO and Bartlett's Test	56
4.2	Total Variance Explained.....	57
4.3	Uji Validitas	61
4.4	Uji Reliabilitas.....	62
4.5	Uji Signifikansi Pengaruh Perbedaan Budaya, Keamanan dan Kenyamanan Transportasi Terhadap Kepuasan Wisatawan	75
4.6	Uji Signifikansi Pengaruh Perbedaan Budaya, Keamanan dan Kenyamanan Transportasi Terhadap Kepercayaan Wisatawan	77
4.7	Uji Signifikansi Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Wisatawan	78
4.8	Hubungan Antara Kepuasan Dengan Loyalitas Wisatawan	80
4.9	Hubungan Antara Kepercayaan Dengan Loyalitas Wisatawan	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1	Buyer Decision Process.....	16
2.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	18
2.3	Tipe Loyalitas Konsumen	27
2.4	Model Konseptual Penelitian Loyalitas Destinasi Wisata	31
3.1	Skema Pengujian Analisis Regresi Sederhana	49
3.2	Skema Pengujian Atribut Persepsi Wisata terhadap <i>Satisfaction</i>	50
3.3	Skema Pengujian Atribut Persepsi Wisata terhadap <i>Trust</i>	51
4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Asal Kota	63
4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pengelompokan Usia.....	65
4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	67
4.6	Jumlah Kunjungan Responden ke Candi Prambanan.....	68
4.7	Jumlah Rekan Berkunjung Responden ke Candi Prambanan	69
4.8	Jumlah Informasi Yang Didapat Responden Tentang Candi Prambanan .	70
4.9	Jumlah Frekuensi Pertimbangan Responden Memilih Candi Prambanan Sebagai Tujuan Wisata.....	71
4.10	Jumlah Frekuensi Motivasi Responden Mengunjungi Candi Prambanan	72
4.11	Jumlah Frekuensi Pengeluaran Responden Selama Berwisata di Candi Prambanan.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1.	Faktor Analisis.....	98
2.	Validitas dan Reliabilitas Perbedaan Budaya.....	101
3.	Validitas dan Reliabilitas Keamanan.....	102
4.	Validitas dan Reliabilitas Kenyamanan Transportasi.....	103
5.	Validitas dan Reliabilitas Kepuasan.....	104
6.	Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan.....	105
7.	Validitas dan Reliabilitas <i>Destination Loyalty</i>	106
8.	Regresi Linier Berganda Perbedaan Budaya, Keamanan, Kenyamanan Transportasi terhadap Kepuasan.....	107
9.	Regresi Linier Berganda Perbedaan Budaya, Keamanan, Kenyamanan Transportasi terhadap Kepercayaan.....	108
10.	Regresi Linier Berganda terhadap Loyalitas.....	109
11.	<i>Crosstabs</i> Kepuasan terhadap Loyalitas.....	110
12.	<i>Crosstabs</i> Kepercayaan terhadap Loyalitas.....	111
13.	Karakteristik Responden.....	112
14.	Kuesioner.....	114