

TESIS

PENGARUH PENGALAMAN WISATA YANG BERKESAN TERHADAP NIAT BERWISATA MELALUI PERAN MEDIASI KEPUASAN PENGUNJUNG DI SITUS WARISAN BUDAYA CANDI PRAMBANAN



DENISKA ADI PRASETYO

NPM. 205003329

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
MAGISTER MANAJEMEN

PERSETUJUAN TESIS

Nama : DENISKA ADI PRASETYO
Nomor Mahasiswa : 205003329
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul : **PENGARUH PENGALAMAN WISATA YANG
BERKESAN TERHADAP NIAT BERWISATA
MELALUI PERAN MEDIASI KEPUASAN
PENGUNJUNG DI SITUS WARISAN BUDAYA
CANDI PRAMBANAN**

Nama Pembimbing I	Tanggal	Tanda Tangan
-------------------	---------	--------------

	2 Juni 2022	
--	-------------	---

Prof. Dr. MF. Sheellyana Junaedi, S.E., M.Si.		
---	-------	--

Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda Tangan
-----------------	---------	--------------

	2 Juni 2022	
--	-------------	---

Mahestu Noviantra Krisjanti, S.E., M.Sc.IB., Ph.D.		
--	-------	--



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : DENISKA ADI PRASETYO
Nomor Mahasiswa : 205003329
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul : **PENGARUH PENGALAMAN WISATA YANG
BERKESAN TERHADAP NIAT BERWISATA
MELALUI PERAN MEDIASI KEPUASAN
PENGUNJUNG DI SITUS WARISAN BUDAYA
CANDI PRAMBANAN**

Nama Penguji

Tanggal

Tanda Tangan

Prof. Dr. MF. Sheellyana Junaedi, S.E., M.Si.

.....

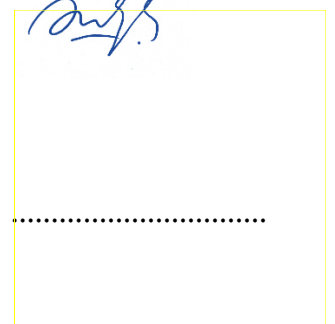
.....

Mahestu Noviantra Krisjanti, S.E., M.Sc.IB.,Ph.D.

27 Juni 2022
.....

Drs. Budi Suprpto, MBA.,Ph.D.

.....



Ketua Program Studi

.....
Dr. Dra. J Ellyawati, MM.

MOTO



Man Jadda Wa jada
Whoever is serious will definitely get results



PERNYATAAN

Saya Deniska Adi Prasetyo, yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

“PENGARUH PENGALAMAN WISATA YANG BERKESAN TERHADAP NIAT BERWISATA MELALUI PERAN MEDIASI KEPUASAN PENGUNJUNG DI SITUS WARISAN BUDAYA CANDI PRAMBANAN”

Benar-benar hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipergunakan untuk mendapatkan gelar pada program Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta ataupun program studi lainnya. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain telah dinyatakan secara tertulis dalam bentuk daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari tesis ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 3 Januari 2022

Yang menyatakan



Deniska Adi Prasetyo

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman wisata yang berkesan terhadap niat berwisata melalui peran mediasi kepuasan pengunjung di situs warisan budaya Candi Prambanan.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan sampel valid berjumlah 255 kuesioner. Responden tersebut dipilih berdasarkan kriteria tertentu yaitu pernah melakukan minimal 3 kali kunjungan ke Candi Prambanan. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Partial Least Square (SmartPLS 3.3.3).

Hasil uji hipotesis pengaruh langsung menunjukkan bahwa komponen MTE yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung adalah komponen hedonisme, keterlibatan, budaya lokal dan kebermaknaan. Selanjutnya, komponen MTE yang berpengaruh langsung secara positif terhadap niat berkunjung kembali adalah komponen hedonisme dan kebaruan. Adapun komponen MTE yang berpengaruh langsung secara positif terhadap niat WOM adalah komponen hedonisme, keterlibatan, pengetahuan, kebermaknaan, dan kebaruan. Kemudian hasil uji hipotesis pengaruh langsung menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung berpengaruh secara signifikan terhadap niat berkunjung kembali dan niat WOM. Selain itu, hasil uji hipotesis pengaruh tidak langsung melalui mediasi kepuasan pengunjung empat komponen MTE yang berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali dan niat WOM yaitu komponen hedonisme, budaya lokal, kebermaknaan dan keterlibatan. berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *city brand experience*..

Kata Kunci: MTE, Niat Berkunjung Kembali, Niat WOM, Candi Prambanan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of memorable tourist experiences on travel intentions through the mediating role of visitor satisfaction at the cultural heritage site of Prambanan Temple.

This study used purposive sampling with a valid sample of 255 questionnaires. The respondents were selected based on certain criteria, namely having made at least 3 visits to Prambanan Temple. The data analysis method used in this research is Partial Least Square (SmartPLS 3.3.3).

The results of the direct influence hypothesis test show that the MTE components that have a positive effect on visitor satisfaction are the components of hedonism, involvement, local culture and meaningfulness. Furthermore, the components of MTE that have a direct positive effect on revisit intentions are the components of hedonism and novelty. The MTE components that have a direct positive effect on WOM intentions are the components of hedonism, involvement, knowledge, meaningfulness, and novelty. Then the results of the direct influence hypothesis test show that visitor satisfaction has a significant effect on revisit intentions and WOM intentions. In addition, the results of the indirect influence hypothesis test through the mediation of visitor satisfaction are four MTE components that have a positive effect on revisit intentions and WOM intentions, namely the components of hedonism, local culture, meaningfulness and involvement. positive and significant effect on the city brand experience..

Keywords: *MTE, Revisit Intention, WOM Intention, Prambanan Temple*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis yang berjudul “Pengaruh Pengalaman Wisata Yang Berkesan Terhadap Niat Berwisata Melalui Peran Mediasi Kepuasan Pengunjung Di Situs Warisan Budaya Candi Prambanan”. Penulisan tesis ini merupakan langkah dalam memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) pada Program Pasca Sarjana di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penulisan tesis ini, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi penulis seperti pembagian waktu antara bekerja dan kuliah. Namun berkat segala usaha dan bantuan yang ada, maka penelitian dan penulisan tesis ini dapat terselesaikan. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dan membantu dalam proses penyelesaian penulisan tesis ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. MF. Sheellyana Junaedi, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu, membimbing, dan meluangkan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Ibu Mahestu Mahestu Noviantra Krisjanti, S.E., M.Sc.IB.,Ph.D. selaku dosen pembimbing kedua yang sangat teliti serta memberikan saran saran taktis untuk persiapan tesis, presentasi dan artikel ilmiah.
3. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA.,Ph.D. yang telah menguji dan memberikan saran saran yang membangun dalam proses penyusunan tesis ini.
4. Ibu Dr. Dra. J Ellyawati, MM. yang telah memberikan saran saran penyusunan proposal penelitian tesis ini.
5. Orang tua, Bapak Sunaryo dan Ibu Maryani serta adik saya Helmi Frediansyah yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat yang tiada hentinya untuk segera menyelesaikan tesis ini hingga akhirnya dapat terselesaikan dengan baik.
6. Geng Seven Icon Mbak Bening, Mba Nuning, Mba Maya, Mba Ester, Mba Findaria dan Mba Gupi tak terkecuali mas mba MM Genap 2020 yang telah menjadikan saya adek bontot.
7. Serta mas mba kakak bapak ibu yang sudah mengisi kuisioner online penelitian ini.

Yogyakarta, 27 Juni 2022



Deniska Adi Prasetyo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTO.....	iv
PERNYATAAN	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penilitin.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA & PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	7
2.1 Pengalaman Wisata yang Berkesan (<i>Memorable Tourism Experience</i>).....	7
2.2 Kepuasan Pengunjung (<i>Tourist Satisfaction</i>).....	9
2.3 Niat Perilaku Berwisata (<i>Behavior Intention</i>).....	10
2.2.1. Niat Berkunjung Kembali (<i>Revisit Intention</i>).....	10
2.2.2. Niat <i>Word of Mouth</i> (WOM)	11
2.4 Penelitian Terdahulu	13
2.5 Pengembangan Hipotesis”	24
2.6 Model Penelitian.....	31
III. METODE PENELITIAN	32
3.1 Lingkup Penelitian.....	32
3.2 Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data	32
3.3 <i>Pilot Study</i>	33
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33

3.5	Metode Analisis Data.....	40
3.5.1.	Analisis Statistik Deskriptif Responden	40
3.5.2.	Teknik Analisis SMARTPLS.....	40
3.5.2.1.	Langkah Pertama: Identifikasi dan Spesifikasi Model	41
3.5.2.2.	Langkah Kedua: Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	41
3.5.2.3.	Langkah Ketiga: Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
3.5.2.4.	Langkah Keempat: Mengkonstruksi Diagram Jalur dan Efek Mediasi	41
3.5.2.5.	Langkah Kelima: Estimasi Data.....	42
3.5.2.6.	Langkah Keenam: Uji <i>Goodness of Fit</i>	43
3.5.2.7.	Langkah Ketujuh: Uji Hipotesis	45
3.5.3.	Analisis <i>One-Way ANOVA</i>	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	48
4.1.	Pendahuluan	48
4.2.	Analisis Statistik Deskriptif Responden	48
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Per Bulan	52
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	53
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Situs Wisata Yang Dikunjungi	54
4.2.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Memilih Yogyakarta	55
4.3.	Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	55
4.3.6.	Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> : Inner Model	66
4.3.7.	Hasil Uji Hipotesis Secara Langsung	68
4.3.8.	Hasil Uji Hipotesis Secara Tidak Langsung Melalui Mediasi	73
4.4.	Uji <i>One-Way ANOVA</i> Berdasarkan Jenis Kelamin	83
4.5.	Uji <i>One-Way ANOVA</i> Berdasarkan Kelompok Usia	84
4.6.	Uji <i>One-Way ANOVA</i> Berdasarkan Rata – Rata Pendapatan atau Uang Saku	85
4.7.	Pembahasan.....	87
4.7.1.	Pengaruh Hedonisme terhadap Niat Berkunjung Kembali dan Niat WOM	87
4.7.2.	Pengaruh Kebaruan terhadap Niat Berkunjung Kembali dan Niat WOM.....	88
4.7.3.	Pengaruh Budaya Lokal terhadap Niat Berkunjung Kembali dan Niat WOM	89
4.7.4.	Pengaruh Penyegaran terhadap Niat Berkunjung Kembali dan Niat WOM.....	89
4.7.5.	Pengaruh Kebermaknaan terhadap Niat Berkunjung Kembali dan Niat WOM	89

4.7.6. Pengaruh Keterlibatan terhadap Niat Berkunjung Kembali dan Niat WOM.....	90
4.7.7. Pengaruh Pengetahuan terhadap Niat Berkunjung Kembali dan Niat WOM	91
4.7.8. Pengaruh Hedonisme terhadap Niat berkunjung Kembali dan Niat WOM melalui Kepuasan pengunjung	91
4.7.9. Pengaruh Kebaruan terhadap Niat berkunjung Kembali dan Niat WOM melalui Kepuasan pengunjung	92
4.7.10. Pengaruh Budaya lokal terhadap Niat Berkunjung Kembali dan Niat WOM melalui Kepuasan pengunjung.....	93
4.8.11 Pengaruh Penyegaran terhadap Niat berkunjung kembali dan Niat WOM melalui Kepuasan pengunjung.....	93
4.8.12 Pengaruh Kebermanaknaan terhadap Niat berkunjung kembali dan Niat WOM melalui Kepuasan pengunjung.....	93
4.8.13 Pengaruh Keterlibatan terhadap Niat berkunjung kembali dan Niat WOM melalui Kepuasan pengunjung.....	94
4.8.14 Pengaruh Pengetahuan terhadap Niat berkunjung kembali dan Niat WOM melalui Kepuasan pengunjung.....	95
BAB V KESIMPULAN	96
5.1. Kesimpulan	96
5.2. Implikasi Manajerial.....	96
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN 1 KUISIONER PENELITIAN.....	105
LAMPIRAN 2 KUISIONER ASLI	110
LAMPIRAN 3 HASIL PILOT STUDY	113
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS KUISIONER	114
LAMPIRAN 5 HASIL UJI RELIABILITAS KUISIONER	119

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35
Tabel 3. 2. Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi SMARTPLS	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	49
Tabel 4. 2 Indikator - Indikator Variabel Laten	56
Tabel 4. 3 Nilai <i>Loading Factor</i>	61
Tabel 4. 4 Nilai Average Variant Extracted (AVE)	63
Tabel 4. 5 Nilai Cross Loading.....	64
Tabel 4. 6 Nilai Fornell-Larcker Criterion	65
Tabel 4. 7 Nilai <i>Cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	66
Tabel 4. 8 Nilai R-Squares dan Q-Squares	68
Tabel 4. 9 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	69
Tabel 4. 10 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	74
Tabel 4. 11 Hubungan Antara Hedonisme, Kepuasan Pengunjung, dan Niat Berkunjung Kembali	74
Tabel 4. 12 Hubungan Antara Kebaruan, Kepuasan Pengunjung, dan Niat Berkunjung Kembali	75
Tabel 4. 13 Hubungan Antara Budaya Lokal, Kepuasan Pengunjung, dan Niat Berkunjung Kembali	76
Tabel 4. 14 Hubungan Antara Penyegaran, Kepuasan Pengunjung, dan Niat Berkunjung Kembali	76
Tabel 4. 15 Hubungan Antara Kebermaknaan, Kepuasan Pengunjung, dan Niat Berkunjung Kembali.....	77
Tabel 4. 16 Hubungan Antara Keterlibatan , Kepuasan Pengunjung, dan Niat Berkunjung Kembali	78
Tabel 4. 17 Hubungan Antara Pengetahuan , Kepuasan Pengunjung, dan Niat Berkunjung Kembali	78
Tabel 4. 18 Hubungan Antara Hedonisme, Kepuasan Pengunjung dan Niat WOM.....	79

Tabel 4. 19 Hubungan Antara Kebaruan , Kepuasan Pengunjung dan Niat WOM.....	80
Tabel 4. 20 Hubungan Antara Budaya Lokal, Kepuasan Pengunjung dan Niat WOM.....	80
Tabel 4. 21 Hubungan Antara Penyegaran, Kepuasan Pengunjung dan Niat WOM.....	81
Tabel 4. 22 Hubungan Antara Kebermaknaan , Kepuasan Pengunjung dan Niat WOM.....	81
Tabel 4. 23 Hubungan Antara Keterlibatan, Kepuasan Pengunjung dan Niat WOM.....	82
Tabel 4. 24 Hubungan Antara Pengetahuan, Kepuasan Pengunjung dan Niat WOM.....	83
Tabel 4. 25 Hasil Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin	83
Tabel 4. 26 Hasil Uji Beda Berdasarkan Usia.....	84
Tabel 4. 27 Hasil Uji Beda Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	31
Gambar 3. 1 Model Mediasi.....	42
Gambar 4. 1 Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4. 2 Usia Responden	51
Gambar 4. 3 Pendapatan atau Uang Saku Responden	52
Gambar 4. 4 Sumber Informasi tentang Situs Warisan Budaya Yogyakarta	53
Gambar 4. 5 Situs Warisan Budaya Yogyakarta yang Pernah Dikunjungi	54
Gambar 4. 6 Alasan Mengunjungi Situs Warisan Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta	55
Gambar 4. 7 Model Diagram Jalur	60
Gambar 4. 8 Model Struktural PLS Algorithm	67