

**LAPORAN AKHIR**  
**PENELITIAN HIBAH BERSAING**



**MODEL PENINGKATAN INDUSTRI PARIWISATA JAWA TENGAH**  
**BERBASIS KUALITAS LAYANAN DALAM RANGKA**  
**PEMBANGUNAN PEREKONOMIAN DAERAH**

Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun

Novi Marlyana, ST, MT / NIDN: 0015117601  
Nuzulia Khoiriyah, ST, MT / NIDN: 0624057901

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

Oktober, 2014

HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Kegiatan** : Model Peningkatan Industri Pariwisata Jawa Tengah Berbasis Kualitas Layanan dalam Rangka Pembangunan Perekonomian Daerah

**Peneliti / Pelaksana**  
Nama Lengkap : NOVI MARLYANA MT  
NIDN : 0015117601  
Jabatan Fungsional :  
Program Studi : Teknik Industri  
Nomor HP : 081326328751  
Surel (e-mail) : n\_mariyana2001@yahoo.com

**Anggota Peneliti (1)**  
Nama Lengkap : NUZULIA KHOIRIYAH ST., MT  
NIDN : 0624057901  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Sultan Agung

**Institusi Mitra (jika ada)**  
Nama Institusi Mitra :  
Alamat :  
Penanggung Jawab :

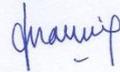
**Tahun Pelaksanaan** : Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun

**Biaya Tahun Berjalan** : Rp. 50.000.000,00

**Biaya Keseluruhan** : Rp. 146.870.000,00

Mengesahui  
  
Dr. Sri Artitini DP, M.Si  
NIP/NIK 210695009

Semarang, 24 - 10 - 2014,  
Ketua Peneliti,



(NOVI MARLYANA MT)  
NIP/NIK210600019

Menyetujui,  
  
Ketua LPP UNISSULA  
(Dra. Ir. Suryani Alifah, MT.)  
NIP/NIK 210601024

## RINGKASAN

Provinsi Jawa Tengah memiliki potensi daerah wisata yang cukup banyak dan menarik, namun belum mampu dimanfaatkan secara optimal sehingga dapat menghasilkan pendapatan yang optimal pula bagi warga masyarakat secara luas maupun bagi daerah. Data BPS Provinsi Jawa Tengah mencatat bahwa pada tahun 2011 terdapat sebanyak 284 obyek wisata / taman rekreasi di Jawa Tengah. Jumlah ini mengalami peningkatan 6,77 persen bila dibandingkan tahun sebelumnya. Pada keadaan yang sama di tahun 2011, jumlah wisatawan mancanegara yang mengunjungi obyek wisata naik sebesar 20,05 persen, sementara untuk jumlah wisatawan nusantara turun sebesar 1,96 persen. Data pada tahun 2012, jumlah wisatawan mancanegara juga menurun hingga sekitar 10% dari tahun sebelumnya.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menemukan faktor atau dimensi yang berpengaruh terhadap kualitas layanan pariwisata dan mengukur tingkat persepsi wisatawan sebagai konsumen. Namun diantara penelitian tersebut belum mampu menyusun suatu model praktis sebagai gambaran sederhana suatu sistem industri pariwisata dengan melibatkan berbagai faktor/dimensi yang mempengaruhi.

Pada penelitian ini akan membuat suatu model peningkatan kualitas layanan industri pariwisata di Provinsi Jawa Tengah. Metode yang digunakan adalah *Tourservqual* dan SEM. Metode *Service Quality* yang diterapkan di bidang tourism melahirkan konsep *Tourservqual*. Analisa faktor yang berpengaruh dapat pula dianalisa menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*).

Pada laporan akhir ini telah dilakukan keseluruhan tahapan penelitian, yaitu dimulai dari: identifikasi faktor-faktor, atribut-atribut, serta indikator yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dan akhirnya akan mempengaruhi daya saing tujuan wisata, penentuan lokasi tujuan wisata yang terdapat di KPPN Prov Jawa Tengah dengan berdasarkan penelitian Basiya (2012), menyusun model awal peningkatan industri pariwisata Jawa Tengah, menyusun dan menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, menguji data, mengolah data dengan menggunakan SEM, hingga menghasilkan model dan hipotesis yang signifikan. Pada model ini dihasilkan bahwa variabel seperti: *Reliability, Tangible, Safety and Security, Hospitality, Hygiene, dan Food berpengaruh secara signifikan terhadap Customer Satisfaction. Sementara Customer Satisfaction berpengaruh secara signifikan terhadap Destinaton competitiveness.*

Kata kunci: model, industri pariwisata, kualitas, layanan, Jawa Tengah

## PRAKATA

*Bismillaahirrohmaanirrohim,*

Puji syukur Alhamdulillah tim peneliti panjatkan kepada ALLAH SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan Laporan Akhir Tahunan Penelitian Hibah Bersaing Tahun Pembiayaan 2014 tahun ke 1 dengan judul : **Model Peningkatan Industri Pariwisata Jawa Tengah Berbasis Kualitas Layanan dalam Rangka Pembangunan Rangka Pembangunan Perekonomian Daerah.** Kegiatan penelitian terselenggara melalui pembiayaan oleh Direktorat Pendidikan Tinggi Tahun 2014.

Tim peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang mendukung selesainya penulisan laporan ini. Tim peneliti pun menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu tim peneliti mohon maaf atas segala keterbatasan yang ada. Akhir kata tim peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Amin.

Semarang, Oktober 2014

Tim Peneliti :

Novi Marlyana, ST, MT

Nuzulia Khoiriyah, ST, MT

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan .....	2
1.3Keutamaan Penelitian .....	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Konsep Jasa.....	5
2.2 Definisi Industri Pariwisata.....	6
2.3 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	9
2.4 Konsep Dasar <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	10
2.5 Studi Pendahuluan .....	11
2.6 Roadmap Penelitian .....	13
BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	14
BAB 4. METODE PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 15
BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	21
BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hipotesis Penelitian.....	19
Tabel 5.1. Hasil Uji Validasi Kuisisioner.....	24
Tabel 5.2. Hasil Uji Reabilitas Kuisisioner.....	29
Tabel 5.3. Hasil Uji Normalitas Terhadap Indikator-Indikator Penelitian.....	30
Tabel 5.4. Variabel Laten dan Indikator-Indikator Penelitian.....	34
Tabel 5.5. Tabulasi Perhitungan <i>Construct Reliability Responsiveness</i> .....	38
Tabel 5.6. Tabulasi Perhitungan <i>Construct Reliability Reliability</i> .....	40
Tabel 5.7 Tabulasi Perhitungan <i>Construct Reliability Assurance</i> .....	42
Tabel 5.8 Tabulasi Perhitungan <i>Construct Reliability Tangible</i> .....	44
Tabel 5.9 Tabulasi Perhitungan <i>Construct Reliability Security</i> .....	46
Tabel 5.10 Tabulasi Perhitungan <i>Construct Reliability Communication</i> .....	48
Tabel 5.11 Tabulasi Perhitungan <i>Construct Reliability Hospitality</i> .....	50
Tabel 5.12 Tabulasi Perhitungan <i>Construct Reliability Hygine</i> .....	52
Tabel 5.13 Tabulasi Perhitungan <i>Construct Reliability Information</i> .....	54
Tabel 5.14 Tabulasi Perhitungan <i>Construct Reliability Food</i> .....	56
Tabel 5.15 Tabulasi Perhitungan <i>Construct Reliability Customer Satisfaction</i> .....	58
Tabel 5.16 Tabulasi Perhitungan <i>Construct Reliability Destination Competitiveness</i> ..	60
Tabel 5.17 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	64
Tabel 5.18Nilai t-Value Terhadap Hipotesis Penelitian.....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Kualitas Jasa (Gap Model) .....	10
Gambar 2.2. Roadmap Penelitian .....	13
Gambar 4.1. <i>Flowchart</i> Metode Penelitian tahun ke 1 .....	15
Gambar 4.2. Model Konseptual Penelitian.....	20
Gambar 5.1. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Responsiveness</i> .....	37
Gambar 5.2. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Responsiveness (Standardized Solution)</i> ...	38
Gambar 5.3. Path Diagram <i>Reliability (t-Value)</i> .....	39
Gambar 5.4. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Responsiveness(Standardized Solution)</i> ....	40
Gambar 5.5. Path Diagram Konstruk <i>Assurance (t-Value)</i> .....	41
Gambar 5.6. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Assurance (Standardized Solution)</i> .....	42
Gambar 5.7. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Tangible(t-Value)</i> .....	43
Gambar 5.8. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Tangible(Standardized Solution)</i> .....	44
Gambar 5.9. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Security (t-Value)</i> .....	45
Gambar 5.10. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Security(Standardized Solution)</i> .....	46
Gambar 5.11. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Communication(t-Value)</i> .....	47
Gambar 5.12. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Communication(Standardized Solution)</i> .	48
Gambar 5.13. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Hospitality(t-Value)</i> .....	49
Gambar 5.14. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Hospitality(Standardized Solution)</i> .....	50
Gambar 5.15. Path Diagram Konstruk <i>Hygine(t-Value)</i> .....	51
Gambar 5.16. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Hygine(Standardized Solution)</i> .....	52
Gambar 5.17. Path Diagram Konstruk <i>Information(t-Value)</i> .....	53
Gambar 5.18. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Information(Standardized Solution)</i> .....	54
Gambar 5.19. Path Diagram Konstruk <i>Food(t-Value)</i> .....	55
Gambar 5.20. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Food(Standardized Solution)</i> .....	56
Gambar 5.21. Path Diagram Konstruk <i>Customer Satisfaction(t-Value)</i> .....	57

Gambar 5.22. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Customer Satisfaction(Standardized Solution)</i> .....	58
Gambar 5.23. Path Diagram Konstruk <i>Destination Competitiveness(t-Value)</i> .....	59
Gambar 5.24. Path Diagram Konstruk Variabel <i>Destination Competitiveness(Standardized Solution)</i> .....	60
Gambar 5.25. Path Diagram Keseluruhan Variabel .....	62
Gambar 5.26. Path Diagram Untuk Keseluruhan Variabel ( <i>Standardized Solution</i> ) .....	63
Gambar 5.27. Model bagi Peningkatan Kualitas Layanan Pariwisata .....	66

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- PEMBAGIAN KPPN PROV JATENG BERDASARKAN PP NO 50 TAHUN 2011
- DESTINASI WISATA KOTA/KABUPATEN PADA KPPN PROV JATENG
- MODEL AWAL PENELITIAN
- INDIKATOR PENELITIAN
- KUESIONER PENELITIAN
- SURAT-SURAT IZIN/REKOMENDASI PENELITIAN
- REKAPITULASI HASIL PENELITIAN
- OUTPUT HASIL PENGOLAHAN MINITAB
- OUTPUT HASIL PENGOLAHAN LISREL

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam rangka Visit Jawa Tengah 2013, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah terus melakukan upaya secara simultan agar Provinsi Jawa Tengah benar-benar siap untuk menyambut tahun kunjungan wisata tersebut. Beberapa hal yang disiapkan antara lain dengan pembenahan berbagai sarana dan penyiapan masyarakat dalam menyongsong tahun tersebut. Tahun kunjungan wisata 2013 merupakan sebuah gerakan untuk meningkatkan kepedulian semua pihak untuk menyadari bahwa Jawa Tengah memiliki potensi luar biasa, namun belum dimanfaatkan untuk menghasilkan pendapatan bagi warga masyarakat secara luas.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Jawa Tengah, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke provinsi Jawa Tengah melalui pintu masuk Bandara Adi Sumarmo selama 2012 menurun 9,31 persen dibanding 2011. Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung ke Jateng secara kumulatif (Januari-Desember) selama tahun 2011 sebanyak 23.830 orang dan turun menjadi 21.612 orang pada tahun 2012 ([www.antarajateng.com](http://www.antarajateng.com), diakses tanggal 8 April 2013). Target subjek wisatawan juga mencakup bagi wisatawan nusantara (wisnus). Kenali Negerimu, Cintai Negerimu menjadi slogan bagi pengembangan pariwisata Indonesia khususnya bagi wisatawan nusantara.

Untuk itulah maka pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif membuat sejumlah kebijakan guna memberikan kontribusi bagi pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif agar berdampak positif bagi sumbangan pertumbuhan ekonomi nasional.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 diatur Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional yang selanjutnya disebut dengan RIPPARNAS adalah dokumen perencanaan pembangunan kepariwisataan nasional untuk periode 15 (lima belas) tahun terhitung sejak tahun 2010 sampai dengan tahun 2025. Dalam PP ini diatur beberapa ketentuan, yaitu: Daerah Tujuan Pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi disebut Destinasi Pariwisata. Destinasi Pariwisata Nasional yang selanjutnya disingkat DPN adalah Destinasi Pariwisata yang berskala nasional; serta Kawasan Strategis Pariwisata Nasional yang selanjutnya disingkat KSPN adalah kawasan

yangmemilikifungsi utama pariwisata atau memilikipotensi untuk pengembangan pariwisata nasionalyangnasionalyang mempunyai pengaruh penting dalam satu ataulebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial danbudaya, pemberdayaan sumber daya alam, dayadukung lingkungan hidup, serta pertahanan dankeamanan. Sementara Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional atau KPPN merupakan bagian dibawah DPN, bersama dengan KSPN.

Secara keseluruhan Indonesia terbagi atas 50 (lima puluh) DPN, 88 (delapan puluh delapan) KSPN, dan 222 (dua ratus dua puluh dua) KPPN yang tersebar di 33 (tiga puluh tiga) provinsi. Propinsi Jawa Tengah membawahi 16 KPPN dan 4 DPN.DSN. Dua DPNDN diantaranya dikelola lintas provinsi bersama dengan Provinsi Jawa Barat dan Provinsi D.I. Yogyakarta.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang kualitas layanan di bidang pariwisata atau yang dikenal dengan istilah asingnya adalah *tourism service quality (tour servqual)*. Para penulis tersebut antara lain: Atilgan, Akinci, and Aksoy (2003), Martin-Cejas (2005), Eraqi (2006), Prabaharan et al. (2008), Sulistiyani (2010), dan Haghkhah et al. (2011). Pembuatan model kualitas layanan menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*). Penelitian terkait SEM dirujuk dari penelitian Moon (2011) dan Taufiqurrahman, Udisubakti, Janti (2011).

Penelitian ini akan melakukan dua hal utama, yaitu pertama: menemukan model kualitas layanan industri pariwisata di Propinsi Jawa Tengah dan kedua: menguji model kualitas layanan bersama dengan stakeholder, dan memberikan masukan berupa usulan kebijakan bagi pemerintah. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat diketahui model kualitas layanan dari industri pariwisata di Propinsi Jawa Tengah serta melakukan peningkatan kualitas layanan tersebut. Tujuan akhirnya adalah dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah yang akan pula meningkatkan ekonomi nasional.

## **1.2 Permasalahan**

Penelitian ini merupakan penelitian bertahap yang dilaksanakan secara berkesinambungan. Oleh karena itu permasalahan yang akan diangkat pada penelitian ini dibagi menjadi dua tahap yaitu:

- Tahun I :
  - a. Bagaimana melakukan identifikasi dan menemukan model peningkatan industri pariwisata Provinsi Jawa Tengah berbasis kualitas layanan dengan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) dan *TourServqual*?

- Tahun II :
  - b. Bagaimana menguji model peningkatan industri pariwisata Provinsi Jawa Tengah dengan berbagai *stakeholder* yang terlibat dalam layanan industri pariwisata Propinsi Jawa Tengah?
  - c. Serta bagaimana menyusun suatu usulan kebijakan bagi pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang dapat berguna bagi peningkatan kualitas layanan bagi industri pariwisata Provinsi Jawa Tengah?

### **1.3 Keutamaan Penelitian**

Industri pariwisata di Jawa Tengah memiliki banyak potensi namun kualitasnya masih perlu ditingkatkan lagi. Data BPS Provinsi Jawa Tengah mencatat bahwa pada tahun 2011 terdapat sebanyak 284 obyek wisata / taman rekreasi di Jawa Tengah. Jumlah ini mengalami peningkatan 6,77 persen bila dibandingkan tahun sebelumnya. Pada keadaan yang sama di tahun 2011, jumlah wisatawan mancanegara yang mengunjungi obyek wisata naik sebesar 20,05 persen, sementara untuk jumlah wisatawan nusantara turun sebesar 1,96 persen. Data pada tahun 2012, jumlah wisatawan mancanegara juga menurun hingga sekitar 10% dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan data pertumbuhan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) ditunjukkan bahwa Provinsi Jawa Tengah masih dapat meningkatkan potensinya khususnya pada sektor perdagangan, hotel dan restoran. Perolehan pada sektor tersebut pada tahun 2012 untuk Triwulan I memberikan proporsi sebesar 20,64%, menempati urutan kedua setelah sektor industri pengolahan. Pada triwulan II tahun 2012 menempati angka 19,86% dari total penerimaan PDRB Prov. Jawa Tengah, masih menempati urutan kedua setelah sektor industri pengolahan. Tingkat hunian kamar dari data terakhir tahun 2011 pada seluruh kabupaten/kota di Jawa Tengah adalah sebesar 32,75% atau menurun sebesar 3,5% dari tahun sebelumnya. Oleh karena itu potensi peningkatan sektor ini sangat menjanjikan, namun harus diimbangi dengan perbaikan dan peningkatan kualitas agar jumlah wisatawan juga meningkat.

Merujuk pada penelitian yang selama ini dilakukan maka banyak faktor yang berpengaruh terhadap kualitas layanan suatu industri/usaha pariwisata. Namun faktor-faktor tersebut hanya sebatas digunakan dalam mengukur tingkat kualitas layanan dan belum mampu membuat suatu model kualitas layanan ideal yang dibutuhkan dari suatu industri pariwisata. Mempelajari sistem, termasuk sistem industri pariwisata, akan lebih mudah bila kita membangun model dari sistem tersebut. Sedangkan pengertian model adalah gambaran atau proyeksi dari suatu obyek atas sistem yang sebenarnya.

SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan aplikasi LISREL digunakan dalam pembuatan model. Metode *Tourservqual* digunakan sebagai alat ukur terhadap faktor yang berpengaruh kualitas layanan industri pariwisata. Prabaharan, et al (2008) melakukan penelitian terkait *service quality on tourism* dengan menggunakan aplikasi SEM guna mempelajari persepsi wisatawan terhadap kualitas layanan pariwisata.

Penelitian ini nantinya juga diharapkan dapat bermanfaat bagi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam merumuskan kebijakan program pengembangan kawasan pariwisata dan bahan masukan bagi pengusaha wisata, maupun masyarakat setempat dalam berperan serta meningkatkan jumlah wisatawan dan mengembangkan kawasan wisata di Jawa Tengah.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Konsep Jasa

#### 2.1.1 Definisi Jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu hal yang cukup rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan personal sampai jasa sebagai suatu produk. Beberapa ahli tentang jasa telah berupaya merumuskan definisi jasa, namun hingga sekarang belum ada satupun yang diterima secara bulat. Definisi jasa antara lain (Wibowo, 2007) :

1. Philip Kotler

Jasa adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik atau tidak.

2. Joseph Bonnice (1972)

Jasa adalah suatu pekerjaan yang dilakukan untuk ada yang dapat berguna bagi diri anda.

3. Zeithaml dan Bitner (1996)

Jasa adalah setiap aktivitas ekonomi yang outputnya bukan merupakan suatu produk fisik atau konstruksi, umumnya dikonsumsi pada saat yang sama pada saat jasa tersebut dihasilkan dan memberikan nilai tambah (dalam bentuk kenyamanan, kesenangan)

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa jasa mengandung tiga hal penting, yaitu : jasa bersifat tidak nyata, adanya interaksi antar konsumen dengan pihak penyedia jasa, dan adanya manfaat atau *addedvalue* yang dirasakan oleh konsumen.

#### 2.1.2 Dimensi Kualitas Jasa

Karena industri jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan industri manufaktur, maka dimensi kualitas produk yang digunakan juga berbeda. Untuk mengendalikan dan mengukur kualitas jasa atau kualitas layanan telah dikembangkan metode yang dikenal dengan sebutan SERVQUAL dimana elemen yang akan diukur dikelompokkan dalam lima macam dimensi jasa. Lima macam dimensi kualitas di bidang jasa adalah sebagai berikut (Parasuraman dalam Tjiptono, 2005):

1. **Reliability**: kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan yang sesuai sejak pertama kali datang tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2. **Responsiveness**: berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.
3. **Assurance**: perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan
4. **Empathy**: perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. **Tangibles** : berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

## 2.2 Definisi Industri Pariwisata

Mill dan Morrison (1992) dalam Zhang (2009) menyatakan bahwa pariwisata meliputi kegiatan yang memberikan janji kepada para wisatawan sebagai bagian dari suatu perjalanan, pembelian yang dilakukan, dan interaksi yang terjadi antara tuan rumah dan tamu. Hal ini mencakup perencanaan perjalanan, bepergian ke suatu tempat, tinggal atau menginap selama perjalanan, kembali dari tujuan, dan kenang-kenangan yang diperoleh sesudahnya.

Tidak jauh berbeda dengan definisi yang dinyatakan oleh Mill dan Morrison (1992), Zhang (2009) menyatakan pariwisata adalah gabungan dari industri, kegiatan dan layanan untuk memberikan pengalaman perjalanan, seperti transportasi, akomodasi, makan dan minum, pendirian, toko, fasilitas hiburan dan kegiatan. Setiap elemen dari pendekatan ini adalah tidak dapat dipisahkan dan saling terkait. Namun demikian, masing-masing komponen dapat diteliti secara terpisah.

### 2.2.1 Sistem Pariwisata

Adapun model dari pariwisata telah diteliti dan dikembangkan oleh Gunn (1988). Dalam model ini, sistem pariwisata menurut Gunn (1988) dalam Zhang (2009) terdiri dari satu elemen *demand* (populasi) dan empat elemen pasokan (transportasi, atraksi / objek wisata, promosi dan jasa).

- Populasi : mewakili pasar turis, termasuk didalamnya adalah orang – orang yang memiliki minat dan kemampuan untuk melakukan suatu perjalanan.

- Transportasi : menghubungkan tempat tinggal dengan tujuan.
- Objek wisata : mewakili berbagai pendirian dan pengaturan fisik yang menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat.
- Promosi : mengacu pada kegiatan yang dilakukan untuk memancing atau menuntun wisatawan untuk mengunjungi tujuan tertentu.
- Jasa / Layanan : termasuk hotel, restoran, bar, toko – toko ritel.

### **2.2.2 Kualitas Layanan Industri Pariwisata**

Jika melihat pada bentuk proses maupun produk yang dihasilkan, industri pariwisata tergolong dalam industri jasa. Purwanto (2004) dalam Liangi et al (2010) menyatakan bahwa pariwisata seperti layaknya suatu industri yang menghasilkan produk, produk wisata berbentuk jasa, dimana pariwisata merupakan sekumpulan atribut yang mencakup atraksi, paket, harga, *prestige* serta pelayanan yang mungkin diterima pengunjung sebagai sesuatu yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam memperoleh pengalaman.

Sebagai salah satu sektor penunjang ekonomi masyarakat dan juga penyumbang devisa negara, maka peningkatan layanan kualitas di bidang pariwisata mutlak harus dilakukan. Intensitas kedatangan para wisatawan dipengaruhi oleh kepuasan konsumen akan kualitas layanan pariwisata. Altigan et al (2003) menyatakan bahwa kualitas di bidang pariwisata merupakan faktor penting dan pada akhirnya menentukan keberhasilan usaha pariwisata. Tian-Cole & Crompton (2003) dalam Haghkhah et al (2011) menyatakan bahwa manajer dalam industri pariwisata berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan, dengan maksud bahwa upaya ini akan membuat pengunjung setia. Pengunjung yang setia akan kembali dan merekomendasikan layanan yang telah didapat pada orang lain.

*World Tourism Organization* (2003) mendefinisikan kualitas layanan di bidang pariwisata adalah sebagai berikut :“...hasil dari suatu proses yang menyiratkan kepuasan dari semua produk yang sah dan kebutuhan akan pelayanan, persyaratan dan harapan pelanggan, dengan harga yang dapat diterima, sesuai dengan penentu kualitas yang mendasari seperti keselamatan dan keamanan, kebersihan, aksesibilitas, transparansi, keaslian, dan harmonisasi dari kegiatan pariwisata yang peduli dengan lingkungan manusia dan alam”.

### 2.2.3 Destinasi Pariwisata

Menurut Witt (1994) dalam Basiya (2012) daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Menurutnya destinasi wisata dikelompokkan menjadi empat daya tarik, yaitu:

1. Daya tarik wisata alam (*natural attraction*) yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim atau cuaca.
2. Daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan (*building attraction*) yang meliputi bangunan dan arsitektur modern, arkeologi.
3. Daya tarik wisata yang dikelola khusus (*managed visitor attractions*), yang meliputi tempat peninggalan kawasan industri seperti yang ada di Inggris, Theme Park di Amerika, Darling Harbour di Australia.
4. Daya tarik wisata budaya (*cultural attraction*) yang meliputi teater, museum, tempat bersejarah, adat-istiadat, tempat-tempat religius, peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah dan heritage seperti warisan peninggalan budaya.
5. Daya tarik wisata sosial seperti gaya hidup penduduk di tempat tujuan wisata.

### 2.2.4 Daya Saing Tujuan Wisata

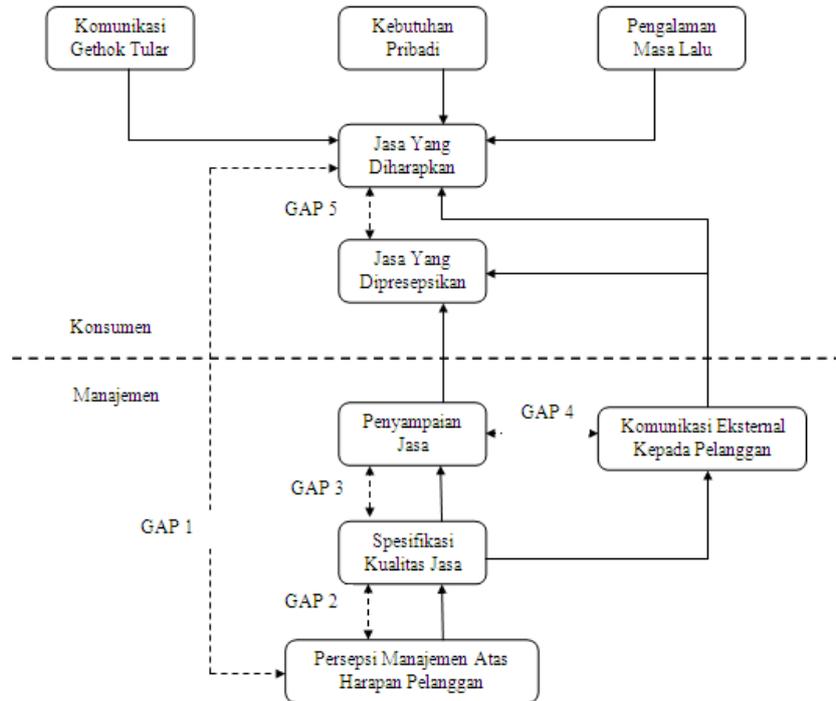
Menurut Crouch (2007) terdapat 36 atribut yang mempengaruhi daya saing tujuan wisata:

- Sumber dan daya tarik utama
  - (1) Acara khusus
  - (2) Fisiografi dan iklim
  - (3) Budaya dan sejarah
  - (4) Ragam aktivitas
  - (5) Hiburan
  - (6) Superstruktur
  - (7) Hubungan pasar
- Faktor dan Sumber Pendukung
  - (8) Infrastruktur
  - (9) Aksesibilitas
  - (10) Sumber daya pendukung
  - (11) Keramahan
  - (12) Perusahaan/firma
  - (13) Kebijakan politik
- Kebijakan, perencanaan dan pengembangan destinasi

- (14) Definisi sistem
- (15) Filosofi/nilai
- (16) Visi
- (17) Posisi/merk
- (18) Pengembangan
- (19) Analisis kompetitif/kolaborasi
- (20) Monitoring dan evaluasi
- (21) Audit
- Manajemen destinasi
  - (22) Organisasi
  - (23) Pemasaran
  - (24) Kualitas jasa/pengalaman
  - (25) Informasi/penelitian
  - (26) Pengembangan sumber daya manusia
  - (27) Pembiayaan dan modal usaha
  - (28) Manajemen tamu
  - (29) Manajemen krisis
  - (30) Pelayanan sumber daya
- Persyaratan dan penjelasan faktor penentu
  - (31) Lokasi
  - (32) Keselamatan/keamanan
  - (33) Biaya/nilai
  - (34) Ketergantungan
  - (35) Kesadaran/gambaran
  - (36) Kapasitas bawaan

### **2.3 Mengukur Kepuasan Konsumen**

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1990) menyatakan terkait membentuk model kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama dalam memberikan kualitas jasa yang tinggi dimana model itu mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, untuk detailnya dapat dilihat pada diagram berikut :



Gambar 2.1. Model Kualitas Jasa (Gap Model)

(Sumber : Parasuraman, Zeithaml, L. Berry, , 1990)

Berdasarkan *Gap model of service*, ketidaksesuaian muncul dari lima macam kesenjangan yang dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu :

1. Satu Kesenjangan (gap), yaitu gap 5 yang bersumber pada sisi konsumen
2. Empat kesenjangan (gap), yaitu gap 1 sampai gap 4 yang bersumber pada penyedia jasa

#### 2.4 Konsep Dasar *Structural Equation Modelling* (SEM)

Menurut Narimawati dan Sarwono (2007) serta Ulengin et al (2010) dalam Taufiqurrahman dkk (2011), SEM menggambarkan suatu hubungan informasi sebab-akibat antar data statistik dan mampu memberikan penilaian secara kuantitatif hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Untuk melakukan pengujian pada model yang dibangun maka SEM (*Structural Equation Modelling*) dapat digunakan sebagai alat untuk membuktikan kebenaran model (Taufiqurrahman dkk, 2011).

Menurut Bagozzi dan Fornell (1982) dalam Ghazali dan Fuad (2008), model persamaan struktural adalah generasi kedua teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *nonrecursive* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model. Tidak seperti

analisis multivariat biasa (regresi berganda, analisis faktor), SEM dapat menguji secara bersama – sama, seperti pernyataan Bollen (1989) dalam Ghazali dan Fuad (2008) :

1. Model struktural : hubungan antara konstruk independen dan dependen
2. Model pengukuran : hubungan (nilai *loading*) antara indikator dengan konstruk (variabel laten)

Penggabungan pengujian model struktural dan pengukuran tersebut memungkinkan peneliti untuk :

- a. Menguji kesalahan pengukuran (*measurement error*) sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari SEM
- b. Melakukan analisis faktor bersamaan dengan pengujian hipotesis

Sedangkan menurut Hair et. al (1995) dalam Yamin dan Kurniawan (2009), *Structural Equation Modelling* (SEM) adalah suatu teknik statistik yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, konstruk laten yang satu dengan yang lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung. SEM memungkinkan dilakukannya analisis diantara beberapa variable *dependent* dan *independent* secara langsung.

Hair et. al (1995) dalam Yamin dan Kurniawan (2009) menyatakan bahwa alasan digunakannya SEM adalah :

1. SEM mempunyai kemampuan untuk mengestimasi hubungan antar variabel yang bersifat multi *relationship*. Hubungan ini dibentuk dalam model struktural (hubungan antara konstruk *dependent* dan *independent*).
2. SEM mempunyai kemampuan untuk menggambarkan pola hubungan antara konstruk laten (*unobserved*) dan variabel manifest (*manifest variable* atau variabel indikator).

## 2.5 Studi Pendahuluan

Penelitian yang dilakukan oleh Atilgan, Akinci, Aksoy (2003) yaitu menghasilkan suatu pemahaman atas penilaian SERVQUAL dalam membantu pengambil keputusan manajerial yang terlibat di bidang industri pariwisata. Sekaligus juga mengevaluasi ekspektasi dan persepsi wisatawan terhadap layanan yang diberikan oleh biro perjalanan.

Martin-Cejas (2005) melakukan penelitian guna mengukur kepuasan yang diterima oleh turis terhadap pelayanan fasilitas yang terdapat di bandara. Bandara sebagai pintu masuk pertama bagi turis harus dikelola dengan baik agar turis memperoleh kepuasan dalam melakukan perjalanannya. Dua hal yang diperoleh, yaitu bahwa turis harus memperoleh waktu istirahat yang nyaman diantara waktu menunggu dengan meningkatkan fasilitas

pelayanan yang baik di area bandara, serta perlu menyediakan area komersial sebagai fasilitas beristirahat sejenak atau berbelanja yang akan mendatangkan pemasukan tersendiri bagi penyedia jasa di bandara.

Penelitian oleh Eraqi (2006) melakukan evaluasi terhadap pandangan konsumen yang berhubungan dengan kualitas layanan pariwisata, mengukur tingkat kualitas lingkungan bisnis pariwisata sebagai faktor utama yang berpengaruh bagi konsumen internal (pekerja di bidang pariwisata) maupun konsumen eksternal (turis).

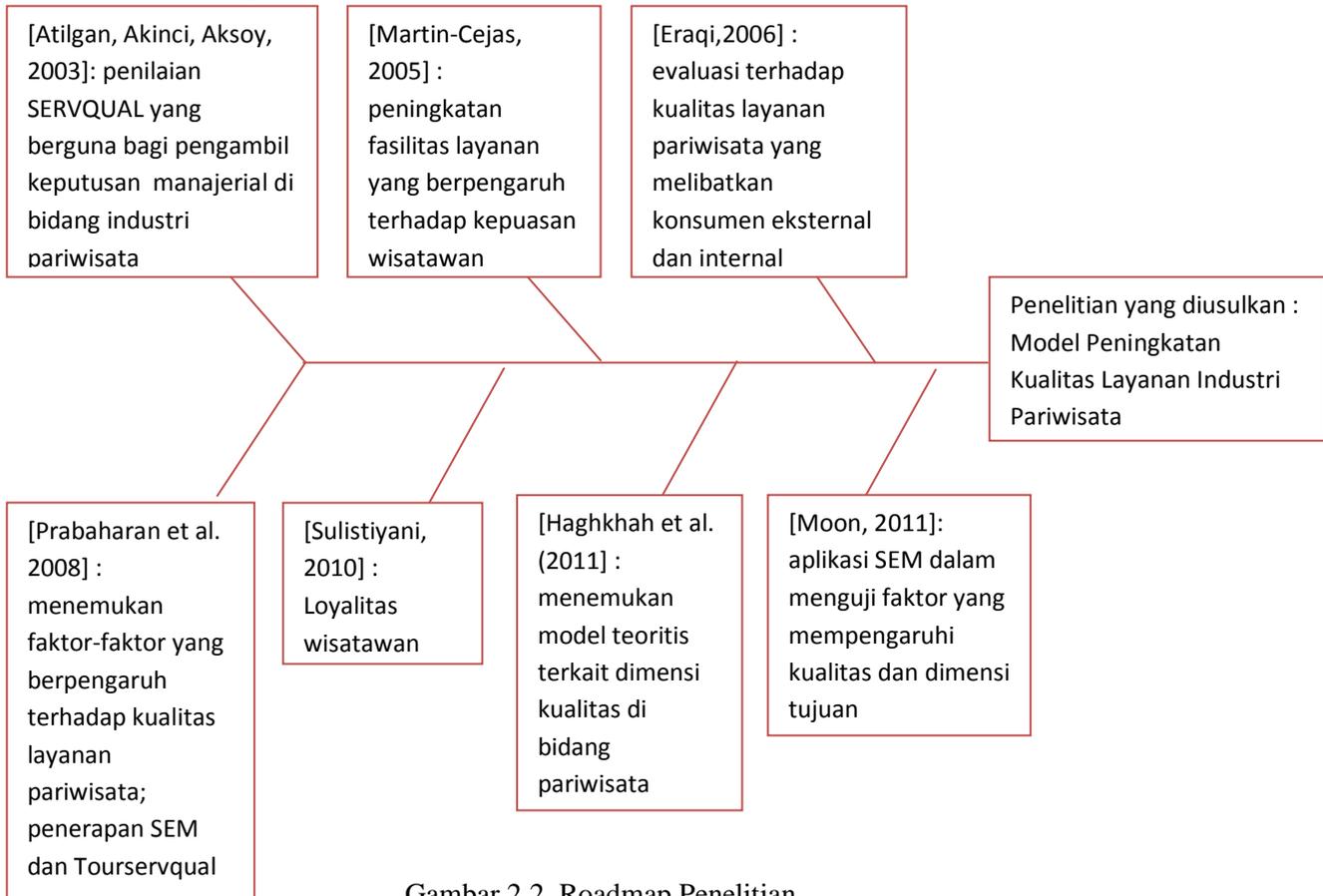
Penelitian yang dilakukan oleh Prabaharan et al (2008) melakukan studi tentang persepsi berdasarkan *service of quality* dari wisatawan asing maupun lokal terhadap kualitas layanan pariwisata. Penelitian ini menemukan pula faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kualitas layanan pariwisata. Model hipotesis yang digunakan adalah dengan aplikasi SEM.

Berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyani (2010) diperoleh bahwa loyalitas wisatawan dapat ditingkatkan melalui peningkatan kualitas obyek wisata, media promosi, dan kepuasan wisatawan.

Haghkhah et al. (2011) melakukan studi guna mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap wisatawan dan pengembangan industri pariwisata. Penelitian ini menghasilkan sebuah model teoritis yang menunjukkan dimensi kualitas di bidang pariwisata. Dimensi kualitas seperti kemampuan akses, akomodasi, nilai, dan komponennya memberikan kontribusi langsung terhadap kepuasan konsumen, memungkinkan mereka untuk kembali lagi, serta dapat pula meningkatkan industri pariwisata di daerah tersebut.

Moon (2011) menjelaskan hubungan teoritis antara persepsi kualitas konsumen terhadap suatu even olahraga internasional dan kota tujuan/penyelenggara. Pada penelitian ini digunakan aplikasi SEM. SEM melakukan tes pengujian antara faktor yang mempengaruhi kualitas kegiatan (*tangible and intangible factors*) dan dimensi tujuan. Penelitian ini menghasilkan persepsi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan akan mampu meningkatkan kepuasan konsumen dengan keterlibatan semua stakeholder yang terkait dengan penyelenggaraan kegiatan.

## 2.6 Roadmap Penelitian



Gambar 2.2. Roadmap Penelitian

## **BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

### **3.1 Tujuan**

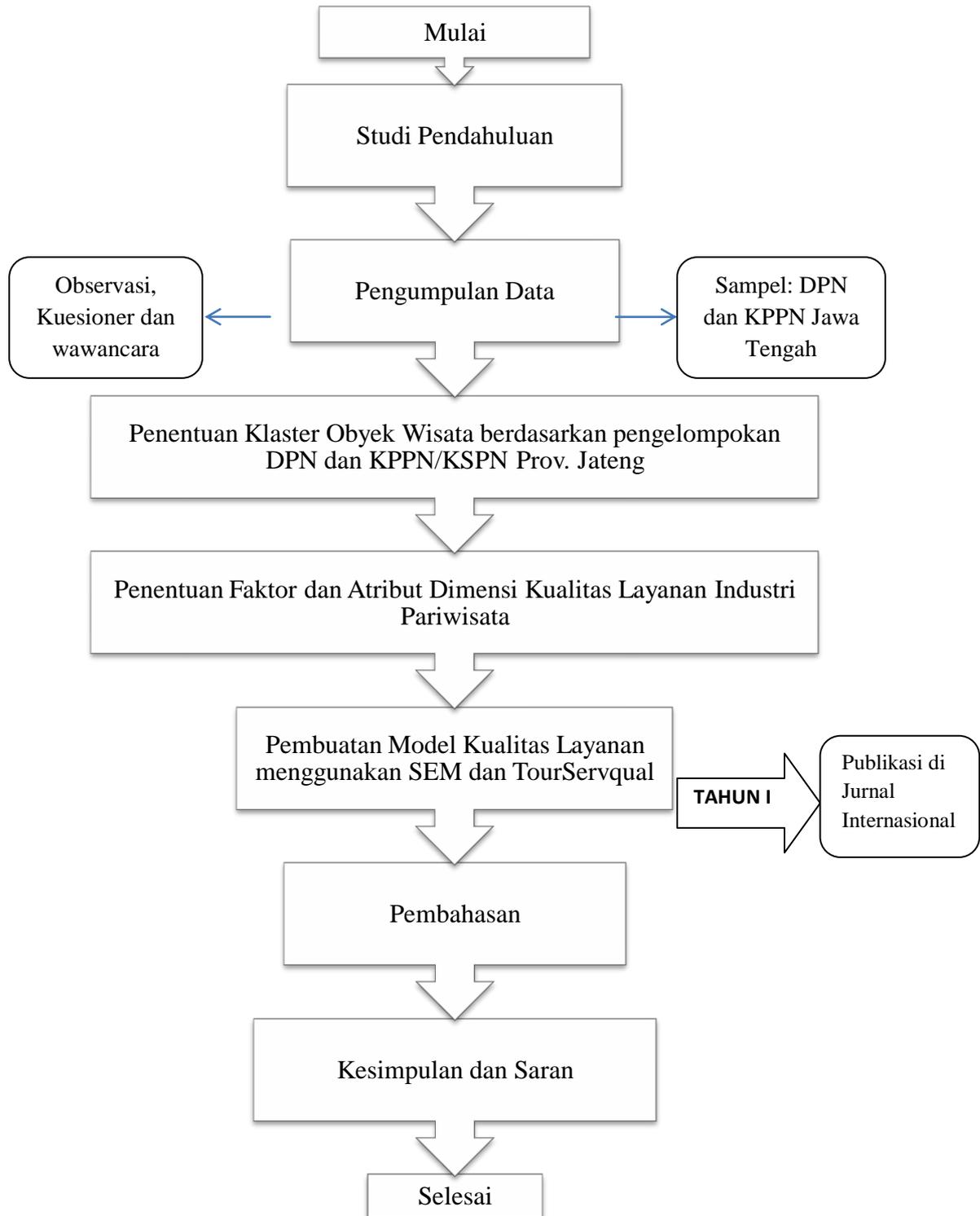
- Mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas layanan industri pariwisata
- Menemukan suatu model peningkatan industri pariwisata berbasis kualitas layanan berdasarkan pada karakteristik dan potensi daerah wisata yang terdapat di Provinsi Jawa Tengah.
- Menghasilkan luaran penelitian berupa: draft model peningkatan kualitas industri pariwisata dan artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam jurnal internasional.

### **3.2 Manfaat**

- Bagi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah: membantu dalam merumuskan kebijakan program pengembangan kawasan pariwisata
- Bagi pengusaha wisata, maupun masyarakat setempat : memberi masukan dan berperan serta dalam meningkatkan jumlah wisatawan dan mengembangkan kawasan wisata di Jawa Tengah.

## BAB 4. METODE PENELITIAN

Berikut adalah diagram alir metode penelitian dari kegiatan tahun ke 1 yang dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1 *Flowchart* Metode Penelitian tahun ke 1

## **Keterangan :**

1. Obyek pada penelitian ini adalah DPN dan KPPN pada wilayah Provinsi Jawa Tengah.
2. Data – data yang diperlukan meliputi :
  - Identifikasi karakteristik fisik obyek wisata pada lingkup DPN dan KPPN/KSPN
  - Identifikasi karakteristik wisatawan
  - Kepuasan wisatawan diukur berdasarkan pendapat yang diperoleh dari wisatawan yang berada di lokasi wisata
  - Identifikasi sarana dan prasarana pendukung
  - Komponen stakeholder yang terlibat

Metode pengumpulan data dengan: observasi/ survey lapangan, wawancara, dan penyebaran kuesioner.

3. Penentuan Klaster Obyek Wisata berdasarkan pengelompokan DPN dan KPPN Provinsi Jawa Tengah. Provinsi Jawa Tengah membawahi 16 KPPN dan 4 DPN.DSN. Dua DPNDN diantaranya dikelola lintas provinsi bersama dengan Provinsi Jawa Barat dan Provinsi D.I. Yogyakarta. Dari keseluruhan pengelompokan itu kemudian akan disusun klasterisasi obyek wisata selaku prototype dari tiap jenis obyek wisata, seperti: klaster wisata alam, klaster wisata buatan, dan seterusnya. Sampel dilakukan dengan cara *cluster sampling*.
4. Penentuan Faktor dan Atribut Dimensi Kualitas Layanan Industri Pariwisata  
Faktor dan atribut serta indikator disusun berdasarkan studi referensi yang didasarkan pada beberapa referensi utama, yaitu: Prabakaran (2008), Moon (2011), Hung-Chih Yu (2005), Eraqi (2006), Jin Chang (2004), Narayan (2008), Basiya (2012), dan Crouch (2007).  
Faktor dan atribut yang digunakan merupakan alat ukur dalam menilai kepuasan wisatawan berdasarkan konsep utama dari ServQual.  
Sedangkan kepuasan wisatawan merupakan indikator yang mempengaruhi daya saing dari tujuan wisata. Daya saing tujuan wisata sendiri diukur melalui 36 faktor menurut Crouch (2007).
5. Pembuatan Model Kualitas Layanan menggunakan SEM dan *Tourservqual*
  - a. Langkah pembuatan model  
Tahap pembuatan model menggunakan SEM terdiri dari: pengembangan model berbasis konsep dan teori, mengkontruksi diagram *path*, konversi Diagram *Path* ke Persamaan, memilih Matriks Input, menilai Masalah Identifikasi, evaluasi *Goodness-*

*of-Fit*, dan interpretasi dan Modifikasi Model. TourServqual disusun berdasarkan 5 dimensi jasa, yaitu : *Reliability, Assurance, Tangible, Emphaty, Responsiveness*.

b. Tahap konseptual

Dari hasil referensi yang kami baca, telah banyak penelitian terdahulu yang membahas mengenai kualitas layanan pariwisata (*tour servqual*). Dasar pengukuran kualitas layanan pariwisata awalnya masih mengacu pada dimensi kualitas layanan milik Parasuraman. Seperti Yu (2005) yang mengadopsi empat dimensi kualitas layanan (*responsiveness, reliability, assurance dan tangible*) milik parasuraman dalam penelitiannya. Namun untuk melengkapi penelitiannya, Yu menambahkan satu dimensi lain di luar servqual yaitu *participant* dalam penelitiannya yang berjudul “*service quality : a case study of the 2011 study tour of Taiwan*”. Terdapat penelitian lainnya yang juga menggunakan dasar dimensi kualitas *servqual* sebagai referensi, yaitu Zhang (2009). Penelitian Zhang, yaitu : “*An Investigation Into The Guests’ Perceived Service Quality Of The Bed-And-Breakfast And Guest House Market Industry In The Nelson Mandela Bay Area*”. Zhang menggunakan 4 dimensi kualitas layanan dalam penelitiannya. Keempat dimensi tersebut antara lain : *responsiveness, reliability, assurance, tangible*.

Berbeda dengan Yu (2005) dan Zhang (2009) yang masih menggunakan dimensi kualitas milik Parasuraman. Eraqi (2006) membuat penelitian yang dipublikasikan di Jurnal Emerald yang berjudul “*Tourism Service Quality (TourServQual) in Egypt*”. Dalam penelitiannya tersebut Eraqi ingin melihat sudut pandang pelanggan dalam hal ini adalah para wisatawan terhadap layanan kualitas di Egypt. Eraqi menggunakan dimensi pengukuran yang dikeluarkan oleh WTO yaitu : *safety and security, hygiene, accessibility, transparency, authenticity, harmony*.

Selain penelitian yang bertujuan untuk menguji kualitas layanan pariwisata di suatu daerah, ada penelitian lain yang mencoba untuk membuat patokan skala pengukuran *servqual* (SQ) ada juga yang mencoba untuk membuat model kualitas layanan pariwisata. Narayan et al (2008) melakukan penelitian yang berjudul “*Scales to measure and benchmark service quality in tourism industry :A second-order factor approach*”. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengembangkan dan memvalidasi skala untuk mengukur kualitas pelayanan dan patokan (SQ) dalam industri pariwisata. Instrumen yang digunakan oleh Narayan et al dalam penelitiannya adalah : *safety and security, hospitality, hygiene, information, food*. Instrumen

penelitian yang digunakan berbeda dengan 5 dimensi kualitas jasa milik Parasuraman.

Prabaharan (2008) dalam tulisannya yang berjudul “*Service Quality on Tourism: Application of Structural Equation Modeling*” menggunakan enam dimensi untuk membuat model layanan kualitas pariwisata di Kerala dari aspek sudut pandang wisatawan dalam negeri dan wisatawan mancanegara. Enam dimensi yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah : *responsiveness, reliability, assurance, tangible, service responsibility, service product*. Prabaharan mencoba untuk mengembangkan model kualitas layanan milik Parasuraman dengan tidak memasukkan dimensi *emphaty* namun menambahkan 2 dimensi baru yaitu *service responsibility dan service product*. Selain beberapa peneliti di atas, terdapat Moon et al (2011) yang membuat penelitian berjudul : “*The influence of consumer’s event quality perception on destination image*”. Moon membuat model untuk mengukur keterkaitan antara *event quality* dengan *destination image*. Dalam penelitiannya Moon menggunakan dimensi *servqual* dan beberapa dimensi tambahan lainnya. Dimensi yang digunakan antara lain : *responsiveness, reliability, safety and security, communication, hospitality*.

Dari beberapa referensi tersebut, untuk membuat model kualitas layanan pariwisata Jawa Tengah kami coba gabungkan, hingga terdapat 16 dimensi yang kami gunakan. Kemudian untuk mengukur dimensi kepuasan pelanggan kami mengacu pada penelitian Kangogo (2013). Kangogo menggunakan indikator : *length of stay, customer loyalty, repeat sales, referrals, handling customer complain dan guest retention* sebagai indikator customer satisfaction pada model. Selanjutnya kami menggunakan penelitian milik Crouch (2007) untuk mengukur *destination competitiveness* dari lokasi wisata

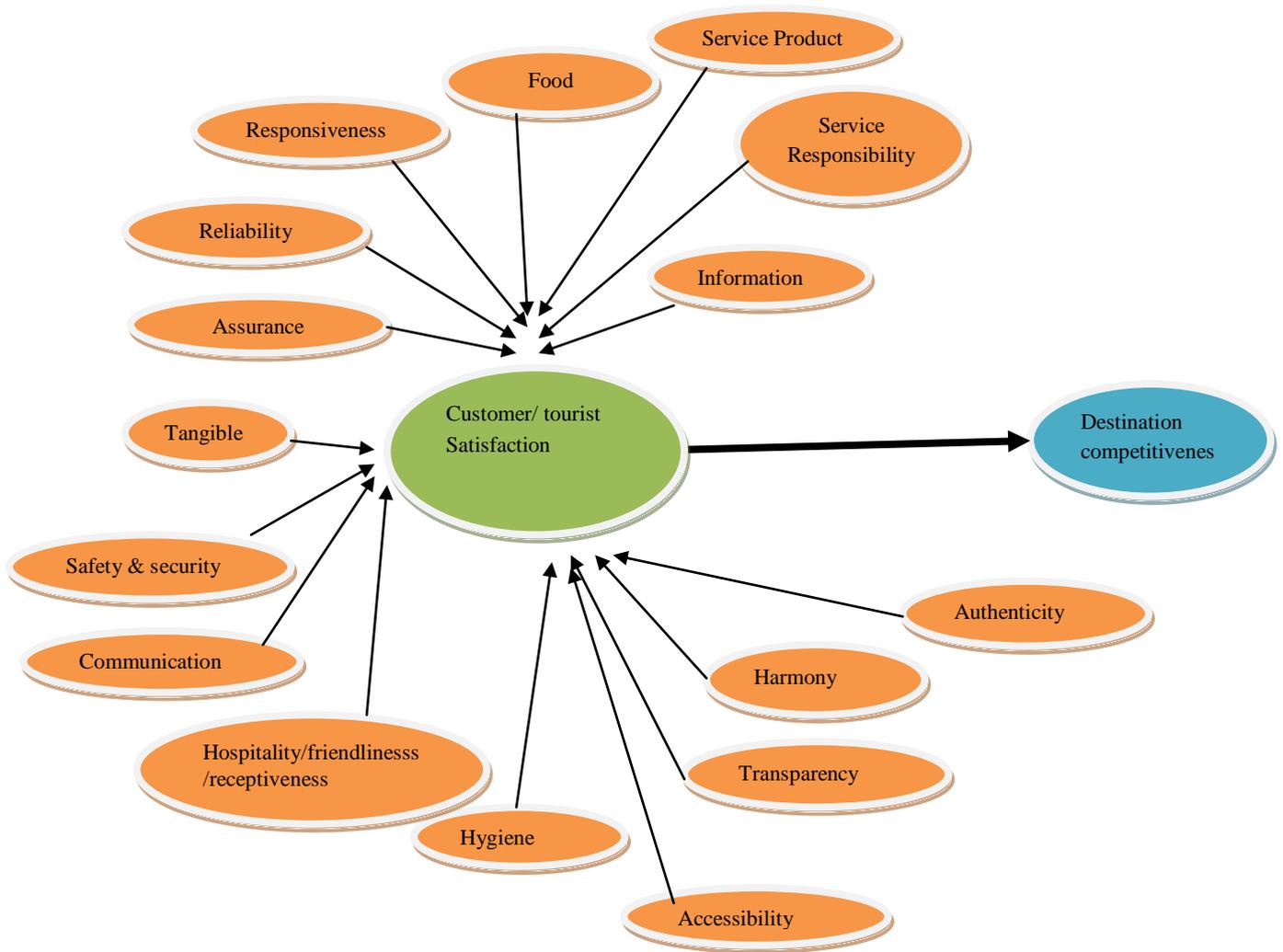
#### c. Hipotesis Penelitian

Pembahasan Hipotesis yang dibangun berdasarkan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.1. Hipotesis Penelitian

<b>Hipotesis</b>	<b><i>Hubungan</i></b>
Hipotesis 1	<i>Responsiveness</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 2	<i>Reliability</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 3	<i>Assurance</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 4	<i>Tangible</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 5	<i>Safety</i> dan <i>Security</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 6	<i>Communication</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 7	<i>Hospitality</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 8	<i>Higiene</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 9	<i>Accessibility</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 10	<i>Transparancy</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 11	<i>Authenticity</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 12	<i>Harmony</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 13	<i>Information</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 14	<i>ServiceResponsibility</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 15	<i>ServiceProduct</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 16	<i>Food</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
Hipotesis 17	<i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh terhadap <i>Destination Competitiveness</i>

d. Model konseptual Penelitian



Gambar 4.2. Model konseptual Penelitian

e. Indikator Penelitian

Indikator Penelitian (Lampiran)

6. Pembahasan

7. Kesimpulan dan Saran