

ANALYSIS INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TO BEHAVIORAL INTENTION WITH SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE

Luqman Khakim¹, Eka Murtiasri²

¹Jurusan Administrasi Bisnis, ²Jurusan Akuntansi
Politeknik Negeri Semarang, Semarang, Indonesia
Email : luqmank@polines.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the significance of the influence of service quality to behavioral intention of Museum Manusia Purba Sangiran tourists with satisfaction as an intervening variable. Analysis tool utilized is the path analysis. Samples taken were 314 respondents and set up purposive sampling method. Based on the results obtained found that the variable quality of service and traveler satisfaction significant positive effect on behavioral intention travelers Museum Manusia Purba Sangiran. Satisfaction as intervening variables have a significant influence on the intention tourist behavior and value is more dominant than the quality of service.

Keywords: *Service quality, Satisfaction, Behavior intention*

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT BERPERILAKU DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat perilaku Museum Manusia Purba Sangiran terhadap kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening. Alat analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Contoh yang diambil adalah 314 responden dan menyusun metode purposive sampling. Berdasarkan hasil yang diperoleh diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku wisatawan pelancong Museum Manusia Purba Sangiran. Kepuasan sebagai variabel intervening berpengaruh signifikan terhadap perilaku dan nilai wisatawan yang lebih dominan daripada kualitas pelayanan.

Kata kunci: *Kualitas layanan; Kepuasan; Niat berperilaku*

PENDAHULUAN

Museum Manusia Purba Sangiran sangat penting bagi konservasi fosil-fosil yang ditemukan di Sangiran. Disamping itu, museum juga berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat sekitar. Dengan begitu diharapkan masyarakat memperoleh manfaat ekonomis dari keberadaan museum.

Sehingga, masyarakat akan terdorong untuk ikut serta melakukan upaya konservasi.

Dalam kompetisi pariwisata yang semakin ketat saat ini, kunci untuk memperoleh keunggulan kompetitif adalah pelayanan berkualitas tinggi yang nantinya menghasilkan kepuasan pelanggan (Shemwel dalam Azman, 2009). Kualitas pelayanan

(jasa) tersebut diukur dengan model *Servqual* (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman *et al* (1988). Persepsi konsumen atas *servqual* dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan pelayanan yang diterima dan pengalaman actual atas pelayanan tersebut (Berry dalam Azleen, 2008).

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler, 2007:177). Jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen puas. Hal ini menunjukkan adanya hubungan erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan wisatawan. Namun kepuasan tidaklah menjadi tujuan akhir dari suatu pemasaran, karena ada tahapan selanjutnya yaitu niat perilaku wisatawan untuk berkunjung kembali.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap niat berperilaku juga mengetahui pengaruh kepuasan sebagai variable intervening terhadap niat perilaku.

Kualitas Layanan

Pengukuran kualitas pelayanan (jasa) yang menjadi acuan adalah model *servqual* (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman *et al* (1988). *Servqual* digunakan untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan penyedia jasa. Dimensi kualitas jasa meliputi yaitu : 1. Keandalan (*Reliability*) : Kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat, seperti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, meminimalisasi kesalahan dan sikap yang simpatik dengan akurasi yang tinggi. 2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) : Kesiediaan membantu para pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat, tidak membiarkan ada pekerjaan yang tertunda maupun konsumen menunggu tanpa adanya alasan yang jelas. 3. Jaminan (*Assurance*) : Mencakup pengukuran kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari

bahaya dan resiko. Hal ini dimaksudkan agar konsumen semakin merasa yakin dan percaya bahwa perusahaan pilihannya berkualitas dan mengutamakan kepentingan pelanggan. 4. Empati (*Empathy*) : Meliputi Kesiediaan memberikan perhatian yang mendalam, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Perusahaan harus memiliki pengertian dan pengetahuan tentang karakteristik pelanggan, kebutuhan pelanggan secara spesifik serta waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Bukti Nyata (*Tangibles*) : penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, bahan komunikasi, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2007 : 177), kepuasan dimaknai sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan dengan kinerja yang diharapkan. Perusahaan harus beroperasi berdasarkan filosofi bahwa mereka mencoba untuk menyerahkan satu tingkat kepuasan tinggi dengan tunduk pada penyerahan tingkat kepuasan yang dapat diterima kepada pemercaya lain, dengan adanya sumber daya total mereka.

Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Niat Perilaku

Dalam lingkungan yang kompetitif saat ini, kepuasan pelanggan diakui memainkan peran penting bagi keberhasilan dan kelangsungan hidup organisasi (Athanasopoulos, Gounaris dan Stathakopoulos, 2001). Bahkan ketika sebuah organisasi telah mencapai tingkat kualitas layanan yang diinginkan, ia kemudian harus berusaha untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ini, bagaimanapun, diadopsi oleh harapan pelanggan, persepsi kualitas dan nilai yang dirasakan. Kegiatan umum dan proses, yang berkontribusi terhadap output kualitas layanan

kemudian dinilai oleh kepuasan pelanggan (Davidson, 2003).

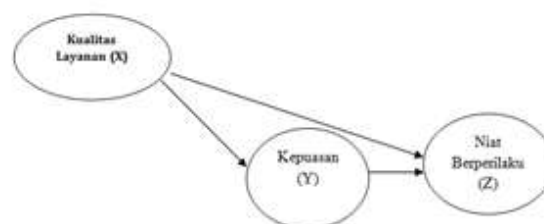
Karena kepuasan pelanggan sangat penting, penyediaan kualitas layanan yang baik bagi pelanggan telah menjadi perhatian utama dari semua perusahaan. Kegagalan untuk memperhatikan atribut penting dalam berbagai pilihan niat perilaku dapat mengakibatkan penilaian negatif pelanggan, dan dapat menyebabkan tersebarnya informasi yang tidak menguntungkan (Choi & Chu, 2000). Tapi di sisi lain, pelanggan atau pengguna yang puas dengan pelayanan cenderung menjadi pelanggan tetap, menjadi pengguna setia, untuk menyebarkan informasi positif lainnya (Shu, Crompton & Wilson, 2002). Serupa, Chen dan Gursoy (2001) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan memerlukan pengembangan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan. Pelanggan setia harus memahami bahwa penyedia layanan berkomitmen untuk mereka dan mereka diperlakukan sangat baik. Jadi, kepuasan pelanggan dan ketidakpuasan menjadi kekuatan pendorong yang akhirnya membentuk sikap dan perilaku mereka selanjutnya. Niat perilaku merupakan hasil dari kepuasan secara keseluruhan yang mencakup niat untuk kembali datang dan niat untuk merekomendasikan (Bendall-Lyon & Powers, 2004).

Untuk kasus museum, jika pengunjung memperoleh persepsi bahwa atribut jasa rekreasi yang mereka terima berkualitas tinggi, mereka secara keseluruhan cenderung mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi terhadap layanan. Selanjutnya, makin kuat manfaat psikologis yang wisatawan peroleh dari kunjungan mereka, mereka akan cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Setelah pengunjung membentuk persepsi keseluruhan terhadap kualitas layanan dan terhadap kepuasan secara keseluruhan, maka akan sangat mungkin mempengaruhi niat perilaku di masa depan. Sebagai contoh, jika

tingkat pengunjung kepuasan secara keseluruhan tinggi, orang cenderung untuk menyebarkan informasi positif tentang daya tarik destinasi tersebut bagi keluarga atau teman-temannya dan mungkin mereka akan mengunjungi lagi di masa depan (Shu, Crompton & Willson, 2002).

METODE PENELITIAN

Kerangka pemikiran penelitian ini dapat di deskripsikan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Model Konseptual

Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, landasan teori, dan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan
- H2 : Diduga kualitas layanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah para wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran. Jumlah kecukupan sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Hair et. al (1998) dengan rumus:

$$n = (15 \text{ s/d } 20) \times k = (20) \times 3 = 60 \text{ responden}$$

keterangan :

n = penentuan sampel

k = jumlah konstruk (variable bebas 1 + variabel terikat 2 = 3)

15 s/d 20 merupakan batas yang diberikan Hair et. al (1998)

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Non Probability Sampling* yang merupakan pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2008:120). Teknik samplingnya adalah *Convenient (Convenient Sample)* yaitu didasarkan pada pertimbangan kemudahan untuk melakukannya dengan subjek yang dipandang mudah untuk ditemukan yang kemudian dijadikan sampel (Lerbin, 2005:14).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji *Path Analysis* (Analisis Jalur). Dalam analisis data ini digunakan konsep proses analisis yang dikembangkan oleh Sarwono (2007:27). Hubungan kausalitas akan digunakan analisis jalur atau intervening. Pada penelitian ini variabel kepuasan sebagai variabel intervening untuk kualitas layanan.
2. Pengujian Hipotesis : Pada tahap ini dilakukan Pengujian Parsial (uji-t), Uji Simultan (Uji F) dan Analisa Koefisien Determinasi (R²).

Tabel 1 : Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	38.05	34.665	.258	.866
X2	38.45	32.957	.323	.866
X3	38.39	32.263	.423	.857
X4	37.99	32.645	.410	.858
X5	38.48	33.062	.348	.863
X6	38.34	29.381	.767	.831
X7	38.34	29.381	.767	.831
X8	38.20	29.950	.697	.836
X9	38.25	30.505	.642	.841
X10	38.34	29.381	.767	.831
X11	38.20	29.950	.697	.836

Tabel 2 : Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	11

Uji Kualitas Data

Uji Validitas pada masing-masing variabel yaitu *kualitas layanan*, *kepuasan* dan *loyalitas konsumen* dilakukan dengan teknik *one shot methods* yaitu melalui perbandingan nilai r hitung dengan r tabel. Instrument penelitiannya dinyatakan valid, karena pada perhitungan menunjukkan bahwa korelasi item-item pertanyaan terhadap masing-masing variabel mempunyai nilai r item lebih besar dari r table (0.09) maka keseluruhan item pertanyaan pada masing-masing variabel dinyatakan valid dalam menjelaskan variabelnya. *Uji Reliabilitas* Teknik reliabilitas instrument dalam penelitian ini adalah menggunakan *Reliability Analysis Statistic* dengan *Cronbach Alpha*. Jika nilai *cronbach alpha* > 0,70 maka instrumen penelitian reliabel. Dari hasil uji reliabilitas tersebut diketahui bahwa semua pernyataan dari questioner memberikan hasil *Cronbach Alpha lebih dari 7*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan 2 (dua) persamaan berikut :

Persamaan 1 : $Y = \rho_{YX} + \rho_y \epsilon_1$

Persamaan 2 : $Z = \rho_{ZX} + \rho_{ZY} + \rho_z \epsilon_1$

Menghitung persamaan Sub Struktural 1 Pengaruh secara simultan

Tabel 3 : Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.403 ^a	.162	.160	.643

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Dari uji Koefisien determinasi persamaan 1, dapat diketahui besarnya $R^2_1 = 0,162$ dimana

$$\begin{aligned}
 KD &= R^2_1 \times 100\% \\
 &= 0,162 \times 100\% \\
 &= 16,2\%
 \end{aligned}$$

Yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 16,2%. Sedangkan sisanya (83,8%) dijelaskan oleh variabel lainnya. Besarnya koefisien jalur bagi variable lain di luar penelitian yang mempengaruhi dapat dihitung dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 \rho_{y\varepsilon_1} &= \sqrt{1 - R^2_{xy}} \\
 &= \sqrt{1 - 0,162} \\
 &= 0,915
 \end{aligned}$$

Untuk menguji hipotesis pertama dan kedua, bisa dilakukan dengan memperhatikan Tabel 4.

Tabel 4 : ANOVAb

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.986	1	24.986	60.415	.000 ^a
	Residual	129.034	312	.414		
	Total	154.020	313			

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh atau kontribusi kualitas layanan secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Ha : ada pengaruh atau kontribusi kualitas layanan secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima. Berarti variabel bebas kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap *satisfaction* (kepuasan pengunjung Museum Manusia Purba Sangiran, Jawa Tengah).

Pengaruh secara individual

Tabel 5 : Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.807	.260		6.962	.000
X	.522	.067	.403	7.773	.000

a. Dependent Variable: Y

Uji t

Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh atau kontribusi dari kualitas layanan secara individu terhadap kepuasan Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Ha : ada pengaruh atau kontribusi dari kualitas layanan secara individu terhadap kepuasan Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran.

Dasar pengambilan keputusan

1. $t_{hitung} < t_{table}$: Ho diterima & Ha ditolak
2. $t_{hitung} > t_{table}$: Ho ditolak & Ha diterima

Nilai t_{table} pada taraf signifikansi 0,05 dimana $df = n - \text{jumlah variable} = 134 - 2 = 132$ adalah sebesar 0,09 sementara t_{hitung} sebesar 7,773 yang berarti $t_{hitung} > t_{table}$. Dengan demikian Ho ditolak & Ha diterima.

Uji signifikansi secara individu

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan secara individu terhadap kepuasan Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Ha : ada pengaruh atau kontribusi dari kualitas layanan secara individu terhadap kepuasan Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Ha :ada pengaruh yang yang signifikan dari kualitas layanan secara individu terhadap kepuasan Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran.

Karena variable kualitas layanan mempunyai nilai sig sebesar 0,00 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, signifikan dan besarnya koefisien Beta jalur variable kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan adalah 0,403 sehingga diperoleh persamaan:

$$Y = \rho_{YX} X + \rho_{y\epsilon_1}$$

$$Y = 0,403 X + 0,915 \epsilon_1$$

Menghitung persamaan Sub Struktural 2

Persamaan 2 : $Z = \rho_{ZX} X + \rho_{ZY} Y + \rho_{y\epsilon_1}$

Pengaruh secara simultan

Tabel 6 : Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 ^a	.789	.788	.325

a. Predictors: (Constant), Y, X

b. Dependent Variable: Z

Dari uji Koefisien determinasi persamaan 2, dapat diketahui besarnya $R^2 = 0,789$ dimana
 $KD = R^2 \times 100\%$
 $= 0,789 \times 100\%$
 $= 78,9\%$

Yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 78,9%. Sedangkan sisanya (21,1%) dijelaskan oleh variabel lainnya. Besarnya koefisien jalur bagi variable lain di luar penelitian yang mempengaruhi dapat dihitung dengan rumus:

$$\rho_{y\epsilon_2} = \sqrt{1 - R^2_{zxy}}$$

$$= \sqrt{1 - 0,789}$$

$$= 0,459$$

Untuk menguji hipotesis pertama dan kedua, bias dilakukan dengan memperhatikan Tabel 7 ANOVA.

Tabel 7 : ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.003	2	61.501	582.595	.000 ^a
	Residual	32.831	311	.106		
	Total	155.833	313			

a. Predictors: (Constant), Y, X

b. Dependent Variable: Z

Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh atau kontribusi kualitas layanan dan kepuasan secara simultan dan signifikan terhadap niat berperilaku Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Ha : ada pengaruh atau kontribusi kualitas layanan dan kepuasan secara simultan dan signifikan terhadap niat berperilaku Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima. Berarti variabel bebas kualitas layanan dan kepuasan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap niat berperilaku Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran.

Pengaruh secara individual

Tabel 8 : Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.153	.141		1.087	.278
	X	.111	.037	.085	2.991	.003
	Y	.856	.029	.851	29.919	.000

a. Dependent Variable: Z

A. Pengujian secara individu antara kualitas layanan dan niat berperilaku

Uji t

Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh atau kontribusi dari kualitas layanan secara individu terhadap niat berperilaku Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Ha : ada pengaruh atau kontribusi dari kualitas layanan secara individu terhadap niat berperilaku Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran.

Dasar pengambilan keputusan :

t hitung < t table : Ho diterima & Ha ditolak

t hitung > t table : Ho ditolak & Ha diterima

Nilai t table pada taraf signifikansi 0,05 dimana $df = n - \text{jumlah variable} = 134 - 2 = 132$ adalah sebesar 0,09 sementara t hitung sebesar 2,991 yang berarti $t \text{ hitung} > t \text{ table}$. Dengan demikian Ho ditolak & Ha diterima.

Uji signifikansi secara individu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistic:

Ho: $\rho_{zx} = 0$; (2) Ha: $\rho_{zx} > 0$

Ho :Tidak ada pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan secara signifikan terhadap niat berperilaku Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Ha: ada pengaruh atau kontribusi dari kualitas layanan secara individu terhadap niat berperilaku Wisatawan Museum Manusia

Karena variable kualitas layanan mempunyai nilai sig sebesar 0,003 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, signifikan dan besarnya koefisien Beta jalur variable kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan adalah 0,085

B. Pengujian secara individu antara kepuasan dan niat berperilaku

Uji t

Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh kepuasan secara individu terhadap niat berperilaku

Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Ha : ada pengaruh kepuasan secara individu terhadap niat berperilaku Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran.

Dasar pengambilan keputusan

1) t hitung < t table : Ho diterima & Ha ditolak

2) t hitung > t table : Ho ditolak & Ha diterima

Nilai t table pada taraf signifikansi 0,05 dimana $df = n - \text{jumlah variable} = 134 - 2 = 132$ adalah sebesar 0,09 sementara t hitung sebesar 29,919 yang berarti $t \text{ hitung} > t \text{ table}$. Dengan demikian Ho ditolak & Ha diterima.

Uji signifikansi secara individu

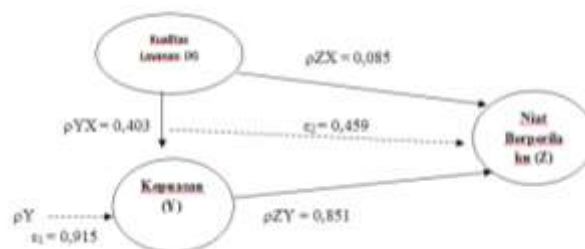
Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistic :

Ho: $\rho_{zx} = 0$; (2) Ha: $\rho_{zx} > 0$

Ho :Tidak ada pengaruh yang signifikan dari kepuasan secara signifikan terhadap niat berperilaku Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Ha: ada pengaruh atau kontribusi dari kepuasan secara individu terhadap niat berperilaku Wisatawan Museum Manusia Purba Sangiran

Karena variable kualitas layanan mempunyai nilai sig sebesar 0,003 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, signifikan dan besarnya koefisien Beta jalur variable kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan adalah 0,851.



Gambar 2 : Struktur pengaruh X dan Y terhadap Z beserta koefisien jalur

Kerangka hubungan jalur variable X terhadap Z dan variable Y terhadap Z dapat dibuat melalui persamaan structural berikut ini :

$$Z = \rho_{ZX} + \rho_{ZY} + \rho_y \epsilon_2$$

$$Z = 0,085X + 0,851Y + 0,459\epsilon_2$$

Tabel 9 memberikan rangkuman pengaruh variable kualitas layanan dan kepuasan secara simultan dan signifikan terhadap variable niat berperilaku.

Tabel 9 : Pengaruh X, Y dan dampaknya terhadap Z

Variable	Koefisien Jalur	Pengaruh		Total
		Langsung	Tidak Lang-sung	
X terhadap Y	0,403	0,403		0,403
X terhadap Z	0,085	0,085	0,403 x 0,851 = 0,343	0,428
Y terhadap Z	0,851	0,851		0,851
ϵ_1	0,915	0,915		0,915
ϵ_2	0,459	0,459		0,459

SIMPULAN DAN SARAN

Dengan memperhatikan rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis yang diungkapkan dalam penelitian ini maka berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. H1 yang menyatakan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (*satisfaction*), terbukti karena nilai sig Kualitas Layanan(0,003) < 0,05. Jadi pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan signifikan.
2. H2 yang menyatakan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku terbukti karena nilai sig Kualitas

Layanan(0,000) < 0,05. Jadi pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan signifikan

Implikasi Dan Saran

Mencermati hasil analisis yang dilakukan, ada beberapa implikasi dan saran yaitu sebagai berikut :

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap niat berperilaku. Upaya peningkatan kualitas layanan akan berdampak pada peningkatan niat berperilaku wisatawan mengunjungi Museum Manusia Purba Sangiran. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan upaya yang lebih besar pada ke lima dimensi kualitas layanan.

Dari hasil *path analysis* menunjukkan bahwa jalur tidak langsung kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku wisatawan mengunjungi Museum Manusia Purba Sangiran melalui kepuasan konsumen. Untuk itu perlu dilaksanakan berbagai upaya lain selain peningkatan kualitas layanan guna memperbesar kepuasan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ap, J. (1992). Residents' perceptions research on the sosial impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 17 (4), 610-616.
- AC Huntsman and NG White. 2007. *Modernization in Bali, Indonesia and the influence of socio-economic factors on the nutritional status of preschool children in 1989/1990: an anthropometric study*. *Annals of human biology*. informahealthcare.com
- Aritonang, Lerbin R. (2005). *Kepuasan Pelanggan. Pengukuran dan Penganalisisan Dengan SPSS*. Jakarta.: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Aryunda, Hanny, 2011. Dampak Ekonomi Pengembangan Kawasan Ekowisata Kepulauan Seribu. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. Vol. 22 No. 1, April 2011, hlm.1 – 16

- Ballet, Sirven & Requier-Desjardins, (2007). Sosial Capital and Natural Resource Management A Critical Perspective. *Journal of Environment & Development*, 16(4), 355-374.
- G Clark, & M Chabrel (2007). *Measuring Inegrated Tourism, Tourism geographies*, - Taylor & Francis
- Cramb, R. (2005). Sosial capital and soil conservation: Evidence from the Philipines. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economies*, 49 (2), 211-226.
- Jamal, Tazim B. and Getz, Donald. 1995. *Annals of Tourism Research*. Vol. 22, No. 1, pp. 186-204, 1995
- Jones, S. (2005). Community-based ecotourism- The significance of sosial capital. *Annals of Tourism Research*, 32 (2).303-324.
- Miyakuni, K & Vander Stoep, G. (2006). Linking Linkage Concepts from Diverse Fields to Build a Community-Based Tourism Planning Framework: The Case of Shuri, Japan. *Tourism Geographies*, 8 (23), 286-309.
- National Geographic Indonesia. 2013. *Menyusuri Jejak Manusia Purba di Sangiran, Jawa Tengah*. Sabtu, 21 Desember 2013, Jam 18:00 WIB
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Nurhan, K. dan Sulistyanto, B.. 2008. Situs Sangiran Di Tengah Konflik Kepentingan. *Kompas*, Jumat, 13 Juni 2008.
- Okazaki, E. (2008). A Community- Based Tourism Model : Its Conception and Use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (5) 511-529.
- Pearce, D. G. (1992). Alternative Tourism: Concepts, Classifications and Questions. In Smith, V. L., and Eadington, W. R.(Eds.), *Tourism Alternatives* (pp. 13-30). Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Pennington, M & Rydin, Y (2000). Researching sosial capital in local environmental policy contexts. *Policy and Politics*, 28 (2), 233-249.
- Reed, M. (1997) Power relations and community-based tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 24 (3), 566-591.
- Saxena, G., Clark, G., Oliver, T. and Ilbery, B. (2007) Conceptualising integrated rural tourism, *Tourism Geographies*
- Simanjuntak, Truman. 2001. "New Insight on the Tools of the *Pithecanthropus*", dalam Truman Simanjuntak, dkk. ed., *Sangiran: Man, Culture, and Environment in Pleistocene Times*, pp. 154-170. Jakarta: YOI.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Tripriyo, VS. 2005. Strategi Peningkatan Daya Saing Komoditi Unggulan Daerah Selo Kabupaten Boyolali. Penelitian Dosen Muda. Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Ditjen Dikti.
- Tripriyo, VS. 2009. Model Pengembangan Daerah Wisata Berakar pada Corak Alam, Budaya dan Daya Dukung Masyarakat pada Daerah Wisata Selo, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Penelitian Hibah Bersaing. Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Ditjen Dikti.
- Woolcock, M., and Narayan, D. (2000). Sosial Capital: Implication for development theory, research and policy framework. *Theory and Society*, 27 (2), 151-208.
- Wyllie, R. (1998). Not in our backyard: opposition to tourism development in a Hawaiian community, *Tourism Recreation Research*, 23 (1), 55-64

