



**Pengaruh Kualitas Produk Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Minat Berkunjung Kembali Obyek Wisata Goa Kreo Melalui
Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel *Intervening*
(Studi pada Pengunjung Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Departement Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Rio Sagantoro

14020217130090

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Rio Sagantoro
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020217130090
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 10 Agustus 1998
4. Departemen / Program Studi : S-1 Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Gondang raya no.14, Semarang.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :

**Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Obyek Wisata Goa Kreo melalui *Electronic Word of Mouth* sebagai Variabel *Intervening*.
(Studi pada Pengunjung Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang)**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 28 Desember 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



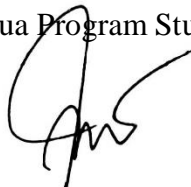
Widayanto, S.Sos, M.Si
NIP. 19720712 200501 1 002

Pembuat Pernyataan,



Rio Sagantoro
14020217130090

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si
NIP 19760330 200312 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui *Electronic Word of Mouth* sebagai variabel *Intervening* (Studi pada Pengunjung Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang).

Nama Penyusun : Rio Sagantoro

NIM : 14020217130090

Program Studi : S1 - Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 28 Desember 2022

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.TP
NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan

Akademik dan Kemahasiswaan



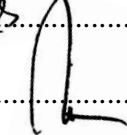
Dr. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing :

Widayanto, S.Sos, M.Si

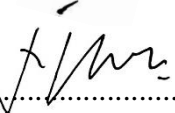
(..........)

Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si


(..........)

Dosen Penguji:

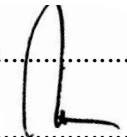
Dr. Hari Susanta N, M.Si.

(..........)

Widayanto, S.Sos, M.Si

(..........)

Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si

(..........)

MOTTO

“Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow. The important thing is not to stop questioning”

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT., skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua tercinta, Alm. Bapak dan Ibu yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan secara material ataupun spiritual tiada henti sehingga saya bisa sampai titik ini.
2. Kakak kandung saya, Mitha Prihastanti yang selalu menjadi penyemangat dan motivasi saya untuk selalu berusaha keras serta pantang menyerah sampai kapan pun.
3. Keluarga Dinasti Warkam dan Keluarga besar Pakwo Pin yang selalu memberi semangat untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Nandha Varhan, Yohanes Apriliano, Kenny Hansfian dan Salma Salsabila Yusuf, sebagai teman dekat yang tanpa henti selalu menjadi *support system* tanpa kenal lelah dan selalu siap membantu tanpa mengenal waktu.
5. Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2017 yang telah memberikan *support* dan berproses bersama selama kuliah.
6. Mas Bastian, mas Padmo, mas Yudha, mas Iqbal, mas Momo, mas Hilman, mas Dwi, mas Choi, dan mas-mas lain alumni Jurusan Administrasi Bisnis Undip yang selalu mengingatkan dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

**Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Minat Berkunjung Kembali melalui *Electronic Word of Mouth* sebagai
Variabel Intervening
(Studi pada Pengunjung Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang)**

ABSTRAK

Perkembangan industri pariwisata di sejumlah daerah semakin meningkat, khususnya di Kota Semarang. Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang merupakan obyek wisata alam yang memiliki potensi wisata dengan keindahan pemandangan alamnya, Goa yang berada pada tengah waduk Jatibarang, serta satwa kera liar yang tumbuh subur yang menjadi *icon* pada obyek wisata Goa Kreo Kota Semarang.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh turunnya tingkat pengunjung obyek wisata Goa Kreo Kota Semarang. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh yang diberikan oleh kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui *electronic word of mouth* pada obyek wisata Goa Kreo Kota Semarang. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden yang merupakan orang yang pernah berkunjung ke obyek wisata Goa Kreo Kota Semarang. Teknik analisis kuantitatif menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis, *direct effect*, *indirect effect* dan Pengujian Mediasi dengan menggunakan metode *Variance Accounted Factor (VAF)*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Partial Last Square (PLS), yang diestimasi dengan program WarpPLS 7.0.

Hasil uji mediasi dengan Metode *Variance Accounted Factro (VAF)* menyatakan bahwa variabel *Electronic Word of Mouth* mampu menjadi variabel pemediasi antara Kualitas Produk Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali sebesar 0.402 atau 40.2%. Sedangkan nilai VAF pada variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali sebesar 0.458 atau 45.8%.

Adapun rekomendasi untuk pengelola obyek wisata Goa Kreo Kota Semarang diantaranya adalah dapat meningkatkan aspek-aspek yang dinilai masih perlu dilakukan peningkatan perbaikan, seperti kondisi dari kualitas produk wisata, kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung wisata.

Kata Kunci: Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth*, Minat Berkunjung Kembali

The Effect of Quality of Tourism Products and Quality of Service on Revisit Intention through Electronic Word of Mouth as an Intervening Variable
(Study on Visitors to Goa Kreo Tourism Object in Semarang City)

ABSTRACT

The development of the tourism industry in a number of regions is increasing, especially in the city of Semarang. The Kreo Cave Tourism Object in Semarang City is a natural tourist attraction that has tourism potential with the beauty of its natural scenery, the Goa which is in the middle of the Jatibarang reservoir, as well as wild monkeys that thrive which have become icons on the Kreo Cave tourism object in Semarang City.

This research is motivated by the decline in the level of visitors to the Kreo Cave tourism object in Semarang City. The purpose of this study is to explain the influence exerted by the quality of tourism products and service quality on the intention to return through electronic word of mouth at the Kreo Cave tourism object in Semarang City. The type of research used is explanatory research. The data collection technique used a questionnaire, with sampling using a non-probability technique with a purposive sampling method. The number of samples is 100 respondents who have visited the Kreo Cave tourism object in Semarang City. Quantitative analysis techniques use validity tests, reliability tests, hypothesis testing, direct effects, indirect effects and Mediation Tests using the Variance Accounted Factor (VAF) method. This study used the Partial Last Square (PLS) analysis technique, which was estimated using the WarpPLS 7.0 program.

The results of the mediation test using the Variance Accounted Factor (VAF) method stated that the Electronic Word of Mouth variable was able to become a mediating variable between the Quality of Tourism Products and Revisit Intention by 0.402 or 40.2%. While the VAF value on the variable Quality of Service on Revisit Intention is 0.458 or 45.8%.

The The recommendations for the manager of the Kreo Cave tourism object in Semarang City include being able to improve aspects that are considered to still need improvement, such as the condition of the quality of tourism products, the quality of services provided to tourist visitors.

Keywords: Tourism Product Quality, Service Quality, Electronic Word of Mouth, Revisit Intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

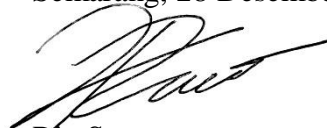
Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: “**Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui *Electronic Word of Mouth* sebagai variable (Studi pada pengunjung Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang)**” ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.A.B. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.

4. Bapak Widayanto, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Agus Hermani DS, MM. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si. selaku pengganti dosen pembimbing 2 yang membantu proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Hari Susanta N,M.Si. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
9. Seluruh responden atas kesediaannya untuk mengisi kuesioner penelitian.
10. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 28 Desember 2022



Rio Sagantoro

NIM. 14020217130090

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1_PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	14
1.3. Tujuan Penelitian	17
1.4. Kegunaan Penelitian.....	18
1.5. Kerangka Teori	19
1.5.1. Perilaku Konsumen	19
1.5.2. Pemasaran Jasa.....	22
1.5.3. Minat Berkunjung Kembali	28
1.5.4. Kualitas Produk Wisata	34
1.5.5. Kualitas Pelayanan	37
1.5.6. <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	41
1.5.7. Hubungan Variabel Independen, Variabel Dependent, & Variabel Intervening	44
1.5.8. Penelitian Terdahulu.....	54
1.6. Hipotesis	56
1.7. Definisi Konsep.....	58
1.7.1. Kualitas Produk Wisata	58
1.7.2. Kualitas Pelayanan	58
1.7.3. <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	58
1.7.4. Minat Berkunjung Kembali	58
1.8. Definisi Oprasional	58
1.8.1. Kualitas Produk Wisata	59

1.8.2.	Kualitas Pelayanan	60
1.8.3.	<i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	61
1.8.4.	Minat Berkunjung Kembali	62
1.9.	Metode Penelitian.....	62
1.9.1.	Tipe Penelitian	62
1.9.2.	Populasi dan Sampel	63
1.9.3.	Teknik Pengambilan Sampel	63
1.9.4.	Jenis dan Sumber Data	64
1.9.5.	Skala Pengukuran.....	65
1.9.6.	Teknik Pengumpulan Data	66
1.9.7.	Teknik Pengolahan Data.....	68
1.9.8.	Analisis Data.....	69
1.9.9.	Teknik Analisis	72
BAB II GAMBARAN UMUM		81
2.1.	Sejarah Obyek Wisata Goa Kreo	81
2.2.	Visi dan Misi Kepariwisata Kota Semarang	82
2.2.1.	Visi	82
2.2.2.	Misi.....	83
2.3.	Struktur Organisasi UPTD Kreo dan Agrowisata.....	83
2.4.	Deskripsi Pekerjaan.....	84
2.5.	Lokasi dan Kontak Obyek Wisata Goa Kreo.....	85
2.5.1.	Lokasi Obyek Wisata Goa Kreo	86
2.5.2.	Kontak Goa Kreo Kota Semarang.....	86
2.6.	Potensi dan Daya Tarik Obyek Wisata Goa Kreo.....	86
2.7.	Wahana Wisata & Fasilitas Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang	87
2.8.	Karakteristik Responden.....	90
2.8.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
2.8.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia	91
2.8.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	92
2.8.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	93
2.8.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	93
2.8.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	94
2.8.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	95
2.8.8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Sejak Kapan Mengetahui Obyek Wisata Goa Kreo	95

2.8.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Terakhir	96
2.8.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	97
2.8.11. Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Kunjungan	97
2.8.12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Wisata yang Diketahui.....	98
2.8.13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Wisata yang Disukai.....	99
BAB III HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	100
3.1. Evaluasi <i>Outer Model (Measurement Model)</i>	100
3.1.1. Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	100
3.1.2. Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....	102
3.1.3. Uji Reliabilitas	103
3.2. Deskripsi Data Variabel Penelitian	104
3.2.1. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Wisata	107
3.2.2. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan.....	109
3.2.3. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i>	111
3.2.4. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Kembali	114
3.3. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	116
3.3.1. Koefisien Determinasi (<i>R-squared</i>)	116
3.3.2. Relevansi Prediktif (<i>Q-squared</i>)	117
3.3.3. Ukuran Efek (<i>F-squared Effect Size</i>).....	118
3.4. Uji Hipotesis	119
3.4.1. Uji Pengaruh Langsung (<i>direct effect</i>)	120
3.4.2. Uji Pengaruh Tidak Langsung (<i>indirect effect</i>)	121
3.4.3. Pengujian Mediasi WarpPLS dengan Metode <i>Variance Accounted For (VAF)</i>	122
3.5. Metode <i>Fit Indices and P values</i>	125
3.6. Pembahasan Hasil Penelitian	126
3.6.1. Pengaruh Kualitas Produk Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali	126
3.6.2. Pengaruh Kualitas Produk Wisata terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i>	127
3.6.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i>	128

3.6.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali	128
3.6.5. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Berkunjung Kembali	129
3.6.6. Pengaruh Kualitas Produk Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui <i>Electronic Word of Mouth</i>	130
3.6.7. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui <i>Electronic Word of Mouth</i>	132
BAB IV_PENUTUP	134
4.1. Kesimpulan	134
4.2. Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN	144

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Wisatawan Domestik & Non-domestik Provinsi Jawa Tengah, 2015-2020.....	3
Tabel 1.2. Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang, 2015-2020	5
Tabel 1.3. Penelitian Terdahulu.....	54
Tabel 1.4. Parameter Uji Validitas dalam Model Partial Least Square (PLS).....	70
Tabel 1.5. Parameter Uji Reliabilitas dalam Model Partial Least Square (PLS).....	71
Tabel 2.1. Jenis Kelamin	91
Tabel 2.2. Kelompok Usia.....	91
Tabel 2.3. Pendidikan Terakhir	92
Tabel 2.4. Jenis Pekerjaan	93
Tabel 2.5. Status Perkawinan	93
Tabel 2.6. Pendapatan Perbulan.....	94
Tabel 2.7. Jumlah Kunjungan.....	95
Tabel 2.8. Sejak kapan mengetahui obyek wisata Goa Kreo	95
Tabel 2.9. Kunjungan Terakhir.....	96
Tabel 2.10. Informasi Responden dari siapa Mengetahui obyek wisata Goa Kreo.....	97
Tabel 2.11. Kunjungan Dengan Siapa	97
Tabel 2.12. Jenis Produk Wisata yang Diketahui	98
Tabel 2.13. Jenis Produk Wisata yang Paling Disukai	99
Tabel 3.1. <i>Output Combined Loading and Cross Loading</i>	101
Tabel 3.2. <i>Output Latent Variabel Coefficient</i>	102
Tabel 3.3. <i>Output Combined Loading and Cross Loading Hasil Uji Discriminant Validity</i>	103
Tabel 3.4. <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	104
Tabel 3.5. Deskriptif Statistik.....	104
Tabel 3.6. Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk Wisata	107
Tabel 3.7. Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan	109
Tabel 3.8. Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i>	112
Tabel 3.9. Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Minat Berkunjung Kembali.....	114
Tabel 3.10. R-squared	116
Tabel 3.11. Q-squared	117
Tabel 3.12. <i>Effect Size for Paths Coefficient</i>	118
Tabel 3.13. <i>Direct Effect pada Ouput Path Coefficient</i>	120
Tabel 3.14. P-Values	121
Tabel 3.15. <i>Indirect Effect for Paths with 2 Segments dan P-values</i>	122
Tabel 3.16. <i>Indirect Effect or Paths with 2 Segments dan P-values</i>	123
Tabel 3.17. Pengaruh Metode VAF	124
Tabel 3.18. <i>General SEM Analysis Result</i>	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Keluhan Wisatawan	9
Gambar 1.2. Keluhan Wisatawan	11
Gambar 1.3. Skema Hipotesis	57
Gambar 2.1. Struktur UPTD Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang	84
Gambar 2.2. Google Maps Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang	86
Gambar 2.3. Tarif Tiket Masuk Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang .	90
Gambar 3.1. <i>Diagram Path Analysis Model</i>	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Perijinan Penelitian	144
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	146
Lampiran 3. Identitas Responden	154
Lampiran 4. Tabulasi Data	162
Lampiran 5. Output WarpPLS Versi 7.0.....	166
Lampiran 6. Hasil Uji Turnitin	170