



**PENGARUH FASILITAS WISATA DAN *EXPERIENTIAL*
MARKETING TERHADAP KEPUASAN BERKUNJUNG
(Studi Pada Wisatawan Objek Wisata Grand Maerakaca Semarang)**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan Strata I
Departemen Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun:

**Nama : Ibnur Rosyid
NIM :14020214140108**

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

2021

**PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Ibnur Rosyid
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020214140108
3. Tempat / Tanggal Lahir : Rembang, 1 Januari 1996
4. Departemen/Program Studi : S-1 Administrasi Bisnis
5. Alamat : Desa Soditan RT.06 RW.03 Kecamatan
Lasem Kabupaten Rembang

Menyatakan bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul :

Pengaruh Fasilitas Wisata dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Berkunjung (Studi kasus pada Wisatawan Grand Maerakaca Semarang)

Adalah benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 30 Maret 2021

Pembuat Pernyataan,



Ibnur Rosyid
NIM. 14020214140108

PENGESAHAN

Judul Skripsi	Pengaruh Fasilitas Wisata dan <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Berkunjung (Studi pada Wisatawan Grand Maerakaca Semarang)
Nama Penyusun	Ibnur Rosyid
Departemen	Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sastra 1

Semarang, 30 Maret 2021

Wakil Dekan I



Dr.Drs. Teguh Y.M. Pol. Admin

NIP. 19690822 199403 1 003



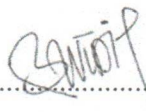
Dekan

Dr. Hardi Warsono, M.TP

NIP. 19640827 199001 1 001

Dosen Pembimbing

1. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB


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

Dosen Penguji

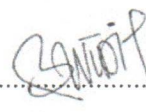
1. Dr. Sri Suryoko M.Si

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

2. Widayanto, S.Sos, MAB

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

3. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB

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

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu sektor bisnis yang potensial karena kebutuhan masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata terus meningkat. Grand Maerakaca merupakan jenis wisata buatan yang memiliki konsep budaya dan edukasi tentang kebudayaan Jawa Tengah. Grand Maerakaca menjadi salah satu wisata unggulan Kota Semarang, akan tetapi karena masih adanya masalah kurangnya peningkatan pelayanan sarana dan prasarananya dalam Grand Maerakaca, maka wisatawan ragu untuk berkunjung. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden wisatawan Grand Maerakaca. Penelitian menggunakan teknik analisis Partial Least Square, yang diestimasi dengan program WarpPLS 5.0.

Hasil analisis dengan WarpPLS menjelaskan bahwa pada hasil uji pengaruh langsung pada model penelitian yaitu pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Berkunjung menunjukkan hasil positif 0.483 dengan signifikansi nilai $p < 0.001$, pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Berkunjung menunjukkan hasil positif 0.406 dengan signifikansi nilai $p < 0.001$, Uji pengaruh bersama pada model penelitian yaitu pengaruh Fasilitas Wisata dan *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Berkunjung menunjukkan hasil positif 0.588 dengan signifikansi nilai $p < 0.01$. Peneliti memberikan saran kepada pihak Grand Maerakaca yaitu menciptakan situasi kunjungan yang nyaman dan aman dalam proses interaksi antara pengunjung, menambahkan tempat untuk berteduh dari panas atau hujan dan idealnya jalan sepanjang trekking mangrove diberikan pagar pembatas agar tidak menimbulkan bahaya bagi anak kecil dan meminimalisir terjadi hal yang tidak diinginkan. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain fasilitas wisata dan *experiential marketing* yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan pengunjung agar lebih melengkapi penelitian ini, karena masih ada variabel-variabel lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan berkunjung.

Kata Kunci : Fasilitas Wisata, *Experiential Marketing*, Kepuasan Berkunjung

ABSTRACT

Tourism is one of the potential business sectors because the public's need to travel on tours continues to increase. Grand Maerakaca is a type of artificial tourism that has a cultural and educational concept about Central Javanese culture. Grand Maerakaca is one of the leading tourist attractions in Semarang City, however, due to the lack of improvement in facilities and infrastructure services in Grand Maerakaca, tourists are hesitant to visit. This type of research is explanatory research, using a questionnaire as a method of data collection. In this study, using the Non Probability Sampling technique with the purposive sampling method. The samples collected were 100 respondents to Grand Maerakaca tourists. The study used the Partial Least Square analysis technique, which was estimated using the WarpPLS 5.0 program.

The results of the analysis with WarpPLS explain that the results of the direct effect test on the research model, namely the influence of tourism facilities on visiting satisfaction, show a positive result of 0.483 with a significance value of $p < 0.001$, the effect of Experiential Marketing on Visiting Satisfaction shows a positive result of 0.406 with a significance value of $p < 0.001$, Test The joint influence on the research model, namely the influence of Tourism Facilities and Experiential Marketing on Visiting Satisfaction, shows a positive result of 0.588 with a significance value of $p < 0.01$. Researchers provide suggestions to the Grand Maerakaca, namely creating a comfortable and safe visiting situation in the process of interaction between visitors, adding a place to take shelter from the heat or rain and ideally the road along the mangrove trekking is given a guardrail so as not to cause harm to small children and minimize things that occur. undesirable. For future research, it is recommended to add other independent variables besides tourism facilities and experiential marketing which of course can affect the dependent variable visitor satisfaction to further complement this research, because there are still other variables outside of this study that might affect visiting satisfaction.

Keywords: Tourism Facilities, Experiential Marketing, Visiting Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Fasilitas Wisata dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Berkunjung (Studi kasus pada Wisatawan Grand Maerakaca Semarang)”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah mendorong dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Izinkan dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung dan memberikan semangat diantaranya kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.TP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Dr. Drs. Teguh Y.M. Pol. Admin selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Dr. Reni Shinta Dewi. S.Sos, MAB., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
4. Widayanto, S.Sos, M.Si selaku Dosen Wali dan Dosen penguji yang telah banyak membantu penulis, memberikan arahan, nasihat, dan saran.

5. Dr. Widiartanto S.Sos., M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Dra. Sri Suryoko M.Si selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan saran untuk penyelesaian skripsi
7. Minarni Hayumi, SH, selaku Manajer Support PT. Pusat Rekreasi & Promosi Pembangunan (PRPP) Jawa Tengah, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di Grand Maerakaca.
8. Seluruh Dosen pengajar Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
9. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, tidak ada sesuatu hal di dunia ini yang sempurna, termasuk juga dari skripsi yang telah peneliti lakukan. Maka dari itu, besar harapan peneliti dan terbuka bagi siapa saja untuk dapat memberikan kritik, saran serta masukan agar kedepan skripsi ini dapat diperbaiki lagi dan bermanfaat bagi pembaca serta bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 12 Febuari 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Kerangka Teori	15
1.5.1 Pariwisata	15
1.5.2 Wisatawan	19
1.5.3 Jasa	20
1.5.4 Fasilitas Wisata	22
1.5.5 <i>Experiential Marketing</i>	24

1.5.6	Kepuasan	28
1.6	Penelitian Tedahulu	29
1.7	Hipotesis	31
1.8	Definisi Konseptual	32
1.9	Definisi Operasional	32
1.10	Metode Penelitian	34
1.10.1	Tipe Penelitian.....	34
1.10.2	Populasi dan Sampel	35
1.10.3	Jenis Data dan Sumber Data.....	36
1.10.4	Skala Pengukuran	38
1.10.5	Teknik Pengumpulan Data	38
1.10.6	Teknik Pengolahan Data	39
1.10.7	Analisis Data	40
1.10.8	Teknik Analisis Data	42
BAB II GAMBARAN UMUM PT. PUSAT REKREASI PROMOSI PEMBANGUNAN (PRPP) JAWA TENGAH.....		
2.1	Sejarah Perusahaan	49
2.2	Visi dan Misi PT. PRPP Jawa Tengah	51
2.3	Logo PT. PRPP Jawa Tengah.....	51
2.4	Lokasi dan Luas Wilayah PT.PRPP Jawa Tengah	52

2.5	Struktur Organisasi PT.PRPP Jawa Tengah	53
2.6	Deskripsi Pekerjaan	55
2.7	Layanan Wahana yang Ditawarkan	58
2.8	Identitas Responden.....	59
2.8.1	Jenis Kelamin Responden	60
2.8.2	Usia Responden.....	60
2.8.3	Pendidikan Terakhir Responden	61
2.8.4	Pekerjaan Responden	62
2.8.5	Pendapatan perbulan responden	63
BAB III Pengaruh Fasilitas Wisata, <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Berkunjung (pada pengunjung objek Grand Maerakaca Semarang)		
3.1	Evaluasi Outer Model (<i>Measurement Model</i>) (First Order).....	65
3.1.1	Model Pengujian (First Order)	65
3.1.2	Evaluasi Nilai <i>Loading</i> (First Order)	66
3.1.3	Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>) (First Order).....	67
3.1.4	Evaluasi Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) (First Order)	69
3.2	Evaluasi Outer Model (<i>Measurement Model</i>) (Second Order).....	70
3.2.1	Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>) (Second Order)	70
3.2.2	Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>) (Second Order)	72
3.2.3	Uji Reliabilitas (Second Order).....	73

3.3	Persepsi Responden	74
3.3.1	Persepsi Mengenai Variabel Fasilitas Wisata	74
3.3.2	Persepsi Mengenai Variabel <i>Experiential Marketing</i>	82
3.3.3	Persepsi Mengenai Variabel Kepuasan Pengunjung	92
3.4	Pengujian Model Struktural (Inner Model)	97
3.4.1	Koefisien Determinasi (<i>R Squared</i>)	98
3.4.2	Relevansi Prediktif (<i>Q-squared</i>)	98
3.4.3	Ukuran Efek (<i>F-squared effect size</i>)	99
3.5	Uji Hipotesis	99
3.5.1	Uji Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	100
3.5.2	Uji Pengaruh Simultan / Bersama-sama	101
3.6	Model <i>Fit Indices and P Value</i>	102
3.7	Pembahasan Hasil Penelitian	103
BAB IV PENUTUP		108
4.1	Kesimpulan	108
4.2	Saran	109
DAFTAR PUSTAKA		111
LAMPIRAN		114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survey Permasalahan Setelah Berkunjung	7
Tabel 1. 2 Data Target dan Kunjungan Grand Maerakaca Tahun 2013-2017	8
Tabel 1. 3 Data Kepuasan Kunjungan pada Grand Maerakaca	10
Tabel 1. 4 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 1. 5 Parameter Uji Validitas dalam Model Partial Least Square (PLS)	41
Tabel 1. 6 Parameter Uji Reabilitas dalam Model Partial Least Square (PLS)	42
Tabel 1. 7 <i>R-Squared</i>	48
Tabel 2. 1 Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 2. 2 Usia Responden	61
Tabel 2. 3 Pendidikan Terakhir Responden	62
Tabel 2. 4 Pekerjaan Responden	62
Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan	63
Tabel 3. 1 Pengujian <i>Outer Model</i> berdasarkan Nilai <i>Loading</i> (First Order)	66
Tabel 3. 2 Pengujian <i>Outer Model</i> berdasarkan Nilai <i>Loading</i> (First Order) Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan	67

Tabel 3. 3 Pengujian <i>Outer Model</i> berdasarkan Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>) (First Order)	68
Tabel 3. 4 Pengujian <i>Outer Model</i> berdasarkan Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>) (First Order) Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan	69
Tabel 3. 5 <i>Output Latent Variable Coefficients</i> Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan	69
Tabel 3. 6 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	71
Tabel 3. 7 <i>Output Latent Variable Coefficients</i>	72
Tabel 3. 8 <i>Output Combined Loadings and Cross Loadings</i>	72
Tabel 3. 9 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	73
Tabel 3. 10 Kelengkapan Fasilitas yang Tersedia di GM Lengkap	74
Tabel 3. 11 Kebersihan dan Kerapian Fasilitas yang tersedia layak digunakan oleh pengunjung	75
Tabel 3. 12 Fasilitas yang tersedia mudah ditemukan (toilet, tempat duduk, <i>foodcourt</i> , masjid/mushola dll).....	77
Tabel 3. 13 Kelengkapan Informasi Pada Setiap Anjungan Kabupaten/ Kota Lengkap	78
Tabel 3. 14 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel FW	79
Tabel 3. 15 Kategorisasi Variabel Fasilitas Wisata	81

Tabel 3. 16 Persepsi Responden Mengenai Desain yang Menarik pada Anjungan Taman Mini Jawa Tengah	82
Tabel 3. 17 Persepsi Responden Mengenai Nuansa Budaya serta Pengetahuan Tentang Budaya melalui Miniatur Anjungan Sangat Kental.....	83
Tabel 3. 18 Responden Mengenai terciptanya situasi kunjungan yang nyaman dan aman dalam proses interaksi antara pengunjung, karyawan dan lingkungan sekitar Grand Maerakaca	84
Tabel 3. 19 Responden Mengenai Keikutsertaan Membantu Menjaga Kelestarian Objek Wisata Grand Maerakaca.....	85
Tabel 3. 20 Responden Mengenai Hasil Berkunjung di Grand Maerakaca Lebih Menghargai Budaya Jawa Tengah.....	86
Tabel 3. 21 Responden Mengenai Grand Maerakaca bisa menjadi tempat berkumpul dengan keluarga, teman/ relasi	87
Tabel 3. 22 Responden Mengenai Berkunjung Grand Maerakaca memiliki kesan pengalaman tidak terlupakan	88
Tabel 3. 23 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel EM	89
Tabel 3. 24 Kategorisasi Variabel EM.....	92
Tabel 3. 25 Responden Mengenai Rasa Puas dan Nyaman Dengan Fasilitas Wisata yang Tersedia di Grand Maerakaca.....	93

Tabel 3. 26 Responden Mengenai Pengalaman Berwisata di Grand Maerakaca Sudah Sesuai dengan yang di Darapkan.....	93
Tabel 3. 27 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pengunjung	95
Tabel 3. 28 Kategorisasi Variabel KP.....	97
Tabel 3. 29 <i>R-squared</i>	98
Tabel 3. 30 Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan <i>Output Latent Variable</i> <i>Coefficients</i>	98
Tabel 3. 31 Effect Size for Path coefficients.....	99
Tabel 3. 32 <i>Direct Effect</i> pada <i>Output Path Coefficient</i>	101
Tabel 3. 33 <i>P Values</i>	101
Tabel 3. 34 <i>General SEM Analysis Result</i>	101
Tabel 3. 35 <i>General SEM Analysis Result</i>	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ulasan Kepuasan Kunjungan pada Grand Maerakaca	9
Gambar 1. 2 Model Hipotesis Penelitian	31
Gambar 1. 3 Diagram Jalur	46
Gambar 2. 1 Logo PT. PRPP Jawa Tengah	52
Gambar 2. 2 Logo Grand Maerakaca	52
Gambar 2. 3 Struktu Organisasi PT. PRPP Jawa Tengah	54
Gambar 3. 1 Model Pengujian (First Order)	65
Gambar 3. 2 Model Pengujian (Second Order).....	70
Gambar 3. 3 <i>Diagram Path Analysis Model</i>	100