

**PENGARUH EXPERIENCE QUALITY TERHADAP BEHAVIORAL
INTENTIONS**

(Survei terhadap wisatawan yang berkunjung ke Tahura Ir. H. Djuanda)

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata Pada Program Studi Manajemen Resort & Leisure*



Oleh :

Yovan Febriyan Nugraha G.

2003049

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2024

**PENGARUH EXPERIENCE QUALITY TERHADAP BEHAVIORAL
INTENTIONS**

(Survei terhadap wisatawan yang berkunjung ke Tahura Ir. H. Djuanda)

Oleh :

Yovan Febriyan Nugraha G.

Sebuah skripsi diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Pariwisata Pada Program Studi Manajemen Resort & Leisure

© Yovan Febriyan Nugraha G. 2024

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang

Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yovan Febryan Nugraha G.

2003049

PENGARUH EXPERIENCE QUALITY TERHADAP BEHAVIORAL INTENTIONS

(Survei terhadap wisatawan yang berkunjung ke Tahura Ir. H. Djuanda)

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. A.H. Galihkusumah, S.ST., MM.

NIP. 1981052 2201012 1 006

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. Erty Sukriah, S.F., M.SE.

NIP. 19791215 200812 2 002

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH EXPERIENCE QUALITY TERHADAP BEHAVIORAL INTENTIONS (Survei terhadap wisatawan yang berkunjung ke Tahura Ir. H. Djuanda)”** ini dan beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukannya adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2024

Yovan Febriyan Nugraha G.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat yang diberikan-Nya sehingga penulis diberi kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini secara baik dan tepat pada waktunya. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan doa, dukungan, baik moral maupun materi. Terimakasih kepada seluruh dosen khususnya dosen pembimbing yang telah berbagi ilmu, membimbing serta mendidik penulis hingga sampai pada tahap ini.

Penulisan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Experience Quality* terhadap *Behavioral Intentions* (Survei terhadap wisatawan yang berkunjung ke Tahura Ir. H. Djuanda)**” ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial di Universitas Pendidikan Indonesia. Selain itu, tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai pengaruh *experience quality* terhadap *behavioral intentions* di Tahura Ir. H. Djuanda.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Untuk itu, semua kritik dan saran yang bersifat membangun dari seluruh pihak senantiasa sangat berguna bagi penulis demi perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi ladang ilmu baru bagi semua pihak yang memerlukan.

Bandung, Agustus 2024

Penulis,

Yovan Febriyan Nugraha G.

UCAPAN TERIMA KASIH

Sebagai ungkapan rasa terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam perjalanan penulisan skripsi ini. Tanpa bantuan dan dorongan, penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat yang diberikan-Nya serta memberi kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan proses skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Halomoan Gultom dan Ibu Soraya T. Parhusip yang telah memberikan doa, dukungan, baik moral maupun materi selama pengerjaan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE. selaku Ketua Prodi Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan kemudahan selama penulis mengikuti perkuliahan di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure.
4. Bapak Dr. A.H. Galihkusumah, S,ST., MM. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah senantiasa sabar, ikhlas, serta meluangkan waktunya dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Dosen pengajar dan staff Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran kepada penulis serta bantuan yang diberikan selama ini.
6. Kepada semua teman-teman Manajemen Resort dan Leisure angkatan 2020 yang telah menemani penulis selama masa perkuliahan dengan berbagai cerita dari awal hingga akhir perkuliahan.
7. Keluarga besar saya yang senantiasa memberikan dukungan moral dan semangat selama pengerjaan skripsi ini.
8. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya dan membantu penulis dalam pengisian kuesioner;
9. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan berkah dan kebaikan kepada setiap individu yang telah memberikan kontribusi dalam perjalanan saya. Saya yakin bahwa kebaikan yang telah diberikan tidak akan sia-sia, semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas dengan keberkahan dan kesuksesan dalam setiap langkah.

PENGARUH EXPERIENCE QUALITY TERHADAP BEHAVIORAL INTENTIONS

(Survei terhadap wisatawan yang berkunjung ke Tahura Ir. H. Djuanda)

ABSTRAK

Yovan Febriyan Nugraha G.

2003049

Kualitas pengalaman (*experience quality*) menjadi faktor yang dapat mempengaruhi intensi perilaku (*behavioral intentions*). Adanya *experience quality* yang baik dapat menjadi salah satu faktor penentu wisatawan untuk tertarik mengunjungi kembali suatu destinasi, mengulang kembali aktivitas yang pernah dilakukan sebelumnya, serta menyebarkan WOM yang positif mengenai destinasi kepada orang-orang terdekat bahkan orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *experience quality* terhadap *behavioral intentions*. Pengumpulan dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 202 responden yang sudah pernah mengunjungi Tahura Ir. Djuanda dan berusia minimal 17 tahun. Teknik sampling yang digunakan yaitu nonprobability sampling dengan purposive sampling. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan analisis data deskriptif dan verifikatif dengan teknik Structural Equation Modelling (SEM) dan Partial Least Square (PLS). Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini yaitu *experience quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intentions*. Penelitian ini membantu pengelola Tahura Ir. H. Djuanda dalam melihat Gambaran *experience quality* dan *behavioral intentions* dan menemukan saran untuk diimplementasikan di kemudian hari.

Kata Kunci: *Experience Quality, Behavioral Intentions, Tahura Ir. H. Djuanda*

THE EFFECT OF EXPERIENCE QUALITY ON BEHAVIORAL INTENTIONS
(Survey of tourists visiting Tahura Ir. H. Djuanda)

ABSTRACT

Yovan Febriyan Nugraha G.

2003049

Experience quality is a factor that can influence behavioral intentions. The existence of good experience quality can be one of the determining factors for tourists to be interested in revisiting a destination, repeating activities that have been done before, and spreading positive WOM about the destination to people closest to them and even others. This study aims to analyze the effect of experience quality on behavioral intentions. The collection was carried out using a questionnaire distributed to 202 respondents who had visited Tahura Ir. Djuanda and were at least 17 years old. The sampling technique used was nonprobability sampling with purposive sampling. The method used in this study was a quantitative method with descriptive and verification data analysis with Structural Equation Modeling (SEM) and Partial Least Square (PLS) techniques. Data analysis was carried out using SmartPLS version 3.0. The results of this study are that experience quality has a significant effect on behavioral intentions. This study helps the managers of Tahura Ir. H. Djuanda in seeing the picture of experience quality and behavioral intentions and finding suggestions to be implemented in the future.

Keywords: *Experience Quality, Behavioral Intentions, Tahura Ir. H. Djuanda*

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Konsep Experience Quality	9
2.1.1.1 Pengertian Experience Quality	10
2.1.1.2 Indikator Experience Quality	11
2.1.2 Konsep Behavioral Intentions	13
2.1.2.1 Pengertian Behavioral Intentions	13
2.1.2.2 Indikator Behavioral Intentions	14
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Berpikir	15
2.4 Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	17

3.1 Lokasi Penelitian	17
3.2 Metode Penelitian	17
3.3 Variabel Penelitian	18
3.3.1 Variabel Eksogen	18
3.3.2 Variabel Endogen	18
3.4 Operasional Variabel	19
3.5 Jenis dan Sumber Data	20
3.6 Populasi, Sampel Penelitian	20
3.6.1 Populasi	20
3.6.2 Sampel	20
3.7 Teknik Pengumpulan Data	21
3.8 Uji Instrumen	22
3.8.1 Uji Validitas	23
3.8.2 Uji Reliabilitas	25
3.9 Teknik Analisis Data	25
3.9.1 Analisis Deskriptif	25
3.9.2 Analisis Verikatif	26
3.9.3 Analisis SEM-PLS	27
3.9.4 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	28
3.9.4.1 Validitas Konvergen	28
3.9.4.2 Validitas Diskriminan	29
3.9.5 Uji Reliabilitas	29
3.10 Uji Hipotesis	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	31
4.1.1 Profil Tahura Ir. H. Djuanda	31
4.1.2 Daya Tarik dan Aktivitas Wisata di Tahura Ir. H. Djuanda	32
4.1.3 Karakteritik Responden	33
4.2 Tingkat Experince Quality di Tahura Ir. H. Djuanda	36

4.2.1 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Immersion</i>	36
4.2.2 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Surprise</i>	37
4.2.3 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Fun</i>	38
4.2.4 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Entertainment</i>	39
4.2.5 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Education</i>	40
4.2.6 Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan terhadap Experience Quality	41
4.3 Tingkat Behavioral Intentions di Tahura Ir. H. Djuanda	44
4.3.1 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Word-of mouth (WOM) intention</i>	44
4.3.2 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Behaviour loyalty intention</i>	45
4.3.4 Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan terhadap Behavioral Intentions ..	46
4.4 Pengaruh Experience Quality terhadap Behavioral Intentions	48
4.4.1 Uji Validitas Konvergen	48
4.4.2 Uji Validitas Diskriminan	49
4.4.3 Uji Reliabilitas	51
4.4.4 Uji Hipotesis	52
4.4.5 Pembahasan Pengaruh Experience Quality Terhadap Behavioral Intentions	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Keterbatasan Penelitian	57
5.3 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	63
Lampiran 1. Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi	63
Lampiran 2. Surat Permohonan Izin Penelitian	66
Lampiran 3. Kuesioner	67
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas SPSS	71
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas SPSS	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kunjungan Wisatawan Nusantara Tahura Ir. H. Djuanda 2019-2023	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pikiran	16
Gambar 3. 1 Outer Model	26
Gambar 4. 1 Tahura Ir. H. Djuanda	31
Gambar 4. 2 Grafik Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan terhadap Experience Quality di Tahura Ir. H. Djuanda	41
Gambar 4. 3 Garis kontinum experience quality	43
Gambar 4. 4 Grafik Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan terhadap Behavioral Intentions di Tahura Ir. H. Djuanda	46
Gambar 4. 5 Garis kontinum behavioral intentions	48
Gambar 4. 6 Pengujian Hipotesis	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Operasioanal Variabel	18
Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data	19
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	22
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	23
Tabel 3. 5 Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden	25
Tabel 3. 6 Kriteria Uji Validitas	27
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	33
Tabel 4. 2 Tanggapan Wisatawan Terhadap Immersion	35
Tabel 4. 3 Tanggapan Wisatawan Terhadap Surprise	36
Tabel 4. 4 Tanggapan Wisatawan Terhadap Fun	37
Tabel 4. 5 Tanggapan Wisatawan Terhadap Entertainment	38
Tabel 4. 6 Tanggapan Wisatawan Terhadap Education	39
Tabel 4. 7 Tanggapan Wisatawan Terhadap Word-of mouth (WOM) intention ..	43
Tabel 4. 8 Tanggapan Wisatawan Terhadap Behaviour loyalty intention	44
Tabel 4. 9 Nilai Loading Faktor dan AVE	47
Tabel 4. 10 Nilai Cross Loading	48
Tabel 4. 11 Nilai Fornell-Larker Criterion atau Square Root of AVE	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis	51

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM)
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/07495978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/07495978(91)90020-T)
- Arikunto, S. (2010). *Metode Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara.*
- Chandralal, L., & Valenzuela, F.-R. (2015). Memorable Tourism Experiences: Scale Development. *Contemporary Management Research*, 11(3), 291–310. <https://doi.org/10.7903/cmr.13822>
- Chen, C. F., & Tsai, D. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115–1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Cheng, Y., Hu, F., Wang, J., Wang, G., Innes, J. L., Xie, Y., & Wang, G. (2022). Visitor Satisfaction And Behavioral Intentions In Nature-Based Tourism During The COVID-19 Pandemic: A Case Study From Zhangjiajie National Forest Park, China. *International Journal Of Geoheritage And Parks*, 10(1), 143–159. <https://doi.org/10.1016/J.Ijgeop.2022.03.001>
- David, S., & Cole, S. T. (2004). Examining the mediating role of experience quality in a model of tourist experiences. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 16(1), 79–90. https://doi.org/10.1300/J073v16n01_08
- Ghozali, Imam; Latan, H. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Thiele, K. O. (2017). Mirror, mirror on the wall: a comparative evaluation of composite-based structural equation modeling methods. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(5), 616–632. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0517-x>
- Haji, S., Surachman, S., Ratnawati, K., & MintartiRahayu, M. (2021). The effect

of experience quality, perceived value, happiness and tourist satisfaction on behavioral intention. *Management Science Letters*, 11(3), 1023-1032.

Hamid, R. S., & Anwar, S. (2019). *STRUKTUR EQUATION MODELING (SEM) - Berbasis Varian*.

Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). *The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feeling, and Fun*.

Huang, S. (Sam), Weiler, B., & Assaker, G. (2015). Effects of Interpretive Guiding Outcomes on Tourist Satisfaction and Behavioral Intention. *Journal of Travel Research*, 54(3), 344–358.

<https://doi.org/10.1177/0047287513517426>

Jin, N. P., Lee, S., & Lee, H. (2015). The effect of experience quality on perceived value, satisfaction, image and behavioral intention of water park patrons: New versus repeat visitors. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 82–95. <https://doi.org/10.1002/jtr.1968>

Khani, S., Khani, S., Gheysari, H., Kamali, S. S., & Ghorbanzadeh, T. (2013). The Relationship of Appliance Consumer Personality Trait, Brand Personality, Brand Loyalty and Brand Equity in the Mobile Phone Industry. *International Journal of Fundamental Psychology and Social Sciences (IJFPSS) IJFPSS*, 3(4), 63–70. <https://doi.org/10.14331/ijfpss.2013.330037>

Kim, H., & Choi, B. (2013). The Influence of Customer Experience Quality on Customers' Behavioral Intentions. *Services Marketing Quarterly*, 34(4), 322–338. <https://doi.org/10.1080/15332969.2013.827068>

Limono, G. G. (2018). PENGARUH EXPERIENCE QUALITY TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION DENGAN PERCEIVED VALUE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA RESTAURANT SUSHI TEI DI SURABAYA. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1-10.

Margono, S. (2005). Metodologi penelitian pendidikan.

Morris, B., & Holbrook, M. B. (1996). Special Session Summary-Customer Value: A Framework for Analysis and Research. *Adv. Cons. Res*, 23, 138-142.

- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. McGraw-Hill.
- Narimawati, U. (2010). Penulisan karya ilmiah. *Jakarta: Penerbit Genesis*.
- N. T. Kuo, K. C. Chang, Y. S. Cheng and C. H. Lai, "The impact of service quality, customer satisfaction and loyalty in the restaurant industry: Moderating effect of perceived value," 2011 IEEE International Conference on Quality and Reliability, Bangkok, Thailand, 2011, pp. 551-555, doi: 10.1109/ICQR.2011.6031600.
- Pine B., J., & James H., G. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97–105.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing
- Rageh, A., Melewar, T. C., & Woodside, A. (2013). Using netnography research method to reveal the underlying dimensions of the customer/tourist experience. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(2), 126–149. <https://doi.org/10.1108/13522751311317558>
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Computer Graphics Forum*, 39(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Saha, G. C., & Theingi. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions: A study of low-cost airline carriers in Thailand. *Managing Service Quality*, 19(3), 350–372. <https://doi.org/10.1108/09604520910955348>
- Stavrianea, A., & Kamenidou, I. E. (2022). Complying with digital transformation in online booking through experiential values of generation z. *European Journal of Tourism Research*, 30(2022), 1–16. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v30i.2590>
- Sugiyono, D. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.

Suharsimi, A. (2006). metodologi Penelitian.

Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, & A. P. (1996). The behavioral consequences of Service Quality. *The Behavioral Consequences of Service Quality*, 9781461476, 1–349. <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-7672-6>