

**PENGARUH *EXPERIENCE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG DI SAUNG ANGKLUNG UDJO KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Pariwisata

Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Oleh

Dwimantik Sekartanjung

1805293

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

2022

Pengaruh *Experience Quality* Terhadap Kepuasan Pengunjung di Saung Angklung Udjo Kota Bandung

Oleh
Dwimantik Sekartanjung

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Dwimantik Sekartanjung 2023
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Dwimantik Sekartanjung

1805293

PENGARUH *EXPERIENCE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI SAUNG ANGKLUNG UDJO BANDUNG

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Sri Marhanah, S.S., M.M

NIP. 19811014 200601 2 001

Pembimbing II



Ace Iwan Suryawan, S. Pd, M. Hum.

NIP. 19720304 200112 1 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE

NIP. 19791215 200812 2 002

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Experience Quality* Terhadap Kepuasan Pengunjung di Saung Angklung Udjo” ini beserta 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, Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan



Dwimantik Sekartanjung

NIM. 1805293

KATA PENGANTAR

Ahamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Experience Quality* Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Saung Angklung Udjo Kota Bandung” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pariwisata yang penulis tempuh selama mengikuti studi Manajemen Resort dan Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia.

Perjalanan Panjang telah penulis lalui dalam rangka menyelesaikan penulisan skripsi ini. Banyak hambatan dan rintangan yang datang, namun hal tersebut tidak membuat penulis menyerah. Maka dari itu, dengan penuh kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua, teman-teman dan seluruh pihak yang terlibat dalam membantu penulis atas segala do’a, motivasi, dukungan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak yang perlu diperbaiki, sehingga besar harappn penulis untuk masukan dan saran yang membangun dari semua pihak agar skripsi ini dapat lebih bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi pembaca

Bandung, Juli 2023

 · Dwimantik Sekartanjung

NIM 1805293

PENGARUH *EXPERIENCE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI SAUNG ANGKLUNG UDJO BANDUNG

ABSTRAK

OLEH

Dwimantik Sekartanjung

1805293

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *experience quality*, kepuasan pengunjung, dan menganalisis pengaruh *experience quality* yang terdiri dari *environment*, *service providers*, *learning*, *entertainment*, dan *trust* terhadap kepuasan pengunjung di Saung Angklung Udjo (SAU) Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan teknik survey. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden, dengan jumlah sampel sebanyak 110 orang. Teknik sampling yang digunakan *probability sampling* yaitu teknik *simple random sampling* dengan populasi responden merupakan pengunjung yang sudah pernah berkunjung ke Saung Angklung Udjo (SAU) Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *experience quality* yang terdiri dari dimensi dari *environment*, *service providers*, *learning*, *entertainment*, dan *trust* berada dalam kategori tinggi atau baik, dan untuk hasil dari kepuasan berkunjung berada dalam kategori sangat tinggi atau sangat baik. Dalam penelitian ini nilai konstribusi dari pengalaman pengunjung terhadap niat berkunjung kembali sebesar 79,2%. Hasil menunjukkan adanya pengaruh *experience quality* terhadap kepuasan pengunjung di Saung Angklung Udjo (SAU) Bandung.

Kata Kunci: *Experience Quality*, Kepuasan Pengunjung, Saung Angklung Udjo Bandung

THE EFFECT OF EXPERIENCE QUALITY ON SATISFACTION TOURISM AT SAUNG ANGKLUNG UDJO (SAU) BANDUNG

ABSTRACT

By

Dwimantik Sekartanjung

1805293

This study aims to identify experience quality, visitor satisfaction, and analyze the influence of experience quality consisting of environment, service providers, learning, entertainment, and trust on visitor satisfaction at Saung Angklung Udjo (SAU) Bandung. The method used in this research is a quantitative approach with survey techniques. Data collection was carried out in this study by distributing questionnaires to respondents, with a total sample of 110 people. The sampling technique used is probability sampling, namely simple random sampling technique with the population of respondents being visitors who have visited Saung Angklung Udjo (SAU) Bandung. The data analysis technique used is simple linear regression. The results of this study indicate that experience quality which consists of dimensions from environment, service providers, learning, entertainment, and trust is in the high or good category, and for the results of visiting satisfaction are in the very high or very good category. In this study, the value of the contribution of the visitor's experience on the intention to return was 79.2%. The results show that there is an influence of experience quality on visitor satisfaction at Saung Angklung Udjo (SAU) Bandung.

Keywords: Experience Quality, Visitor Satisfaction, Saung Angklung Udjo Bandung

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Perilaku Konsumen	9
2.2 <i>Experience Quality</i>	13
2.2.1 Definisi <i>Experience Quality</i>	13
2.2.2 Dimensi <i>Experience Quality</i>	13
2.3 Kepuasan Pengunjung	15
2.4 Penelitian Terdahulu	17
2.5 Kerangka Pemikiran	20
2.6 Hipotesis	20
BAB III	22
METODE PENELITIAN	22
3.1 Lokasi Penelitian	22
3.2 Metode Penelitian	22
3.2.1 Populasi	23

3.2.2 Sampel.....	23
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	24
3.3 Variabel Penelitian	24
3.3.1 Variabel bebas.....	25
3.3.2 Variabel Terikat	25
3.3.3 Operasional Variabel.....	25
3.4 Instrumen Penelitian.....	27
3.7 Jenis dan Sumber Data	28
3.7.1 Data primer.....	28
3.7.2 Data sekunder.....	29
3.5 Teknik Pengujian Instrumen.....	30
3.5.1 Uji Validitas	30
3.5.2 Uji Reabilitas.....	33
3.6.4 Uji Regresi Linear Sederhana.....	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.6.1 Analisis Data Deskriptif	35
3.6.2 Analisis Data Verifikatif.....	36
3.6.3 Uji Asumsi Regresi	37
3.6.5 Koefisien Determinasi.....	38
3.6.6 Uji Hipotesis.....	39
BAB IV.....	40
PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum	40
4.2 Profil Pengunjung Saung Angklung Udjo Bandung	42
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Tempat Tinggal	44
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Berkunjung	46
4.4 Gambaran Pengalaman Pengunjung di Saung Angklung Udjo Bandung	46
4.4.1 Tanggapan Pengunjung terhadap <i>environment</i> di Saung Angklung Udjo Bandung	46
4.4.1 Tanggapan Pengunjung terhadap <i>Service Providers</i> di Saung Angklung Udjo Bandung	49

4.4.1 Tanggapan Pengunjung terhadap <i>Learning</i> di Saung Angklung Udjo Bandung	52
4.4.1 Tanggapan Pengunjung terhadap <i>Entertainment</i> di Saung Angklung Udjo Bandung	55
4.4.1 Tanggapan Pengunjung terhadap <i>Trust</i> di Saung Angklung Udjo Bandung	58
4.2.4 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden <i>Experience Quality</i>	61
4.2.5 Rekapitulasi Tanggapan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Saung Angklung Udjo (SAU) Bandung	62
4.3 Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Saung Angklung Udjo (SAU) Bandung	65
4.3.1 Hasil Pengujian Asumsi	65
4.3.1.1 Hasil Uji Asumsi Normalitas.....	65
4.3.1.2 Hasil Uji Asumsi Linearitas.....	67
4.3.1.3 Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas	68
4.3.1.4 Teknik Analisis Regresi Linear Sederhana.....	69
4.3.1.5 Hasil Pengujian Koefisiensi Determinasi	70
4.3.1.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	71
BAB V.....	73
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Rekomendasi	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah pengunjung tahun 2019-2022	4
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	18
Tabel 3.1	Operasional Variabel Experience Quality (X) dan Kepuasan Pengunjung (Y).....	25
Tabel 3.2	Skala Likert.....	28
Tabel 3.3	Jenis dan Sumber Data.....	29
Tabel 3.4	Uji Validitas	30
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Pengunjung)	32
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas	34
Tabel 4.1	Produk Wisata Yang Diadakan Di Saung Angklung Udjo	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Tempat Tinggal	45
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Berkunjung	46
Tabel 4.7	Tanggapan Pengunjung terhadap <i>environment</i> di Saung Angklung Udjo Bandung	47
Tabel 4.8	Tanggapan Pengunjung terhadap <i>environment</i> di Saung Angklung Udjo Bandung	50
Tabel 4.9	Tanggapan Pengunjung terhadap <i>Learning</i> di Saung Angklung Udjo Bandung	52
Tabel 4.10	Tanggapan Pengunjung terhadap <i>Entertainment</i> di Saung Angklung Udjo Bandung	56
Tabel 4.11	Tanggapan Pengunjung terhadap <i>Trust</i> di Saung Angklung Udjo Bandung.....	59
Tabel 4.12	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Experience Quality</i>	61
Tabel 4.13	Tanggapan Pengunjung terhadap Kepuasan pengunjung.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen	11
Gambar 3.1	Lokasi Penelitian	22
Gambar 4.1	Saung Angklung Udjo (SAU) Bandung.....	40

DAFTAR PUSTAKA

- Amoah, F., Radder, L., & van Eyk, M. (2016). *Experience quality dimensions and customer perceptions: A case study of guesthouses in Ghana*. 5.
- Adhikari, A., & Bhattacharya, S. (2016). Appraisal of literature on customer experience in tourism sector: review and framework. *Current Issues in Tourism*, 19(4), 296–321. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1082538>
- Çevik, H., & Simsek, K. (2020). The effect of event experience quality on the satisfaction and behavioral intentions of motocross World Championship spectators. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21, 389–408. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-05-2019-0052>
- Chang, L. L., Backman, K. F., & Huang, Y. C. (2014). Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 8(4), 401–419. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2014-0032>
- Dominguez Quintero, A., González-Rodríguez, M., & Paddison, B. (2018). The mediating role of experience quality on authenticity and satisfaction in the context of cultural-heritage tourism. *Current Issues in Tourism*, 23, 1–13. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1502261>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Vol. 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lemke, F., Clark, M., & Wilson, H. (2011). Customer experience quality: an exploration in business and consumer contexts using repertory grid technique. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 846–869.
- Lolang, En. (2014).) yaitu hipotesis yang akan diuji. Biasanya, hipotesis ini merupakan pernyataan yang menunjukkan bahwa suatu parameter populasi memiliki nilai tertentu. *Jurnal Kip*, 3(3), 685–696.
- Noviana Putra, I. G., Sudiarta, I. N., & Sasrawan Mananda, I. G. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Mancanegara Ke Daya Tarik Wisata Alas Pala Sangeh. *Jurnal IPTA*, 4(2), 1. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i02.p01>
- Rahmi, M., Andari, R., & Yuniawati, Y. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Behavioral Intention Wisatawan di Saung Angklung Udjo. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials*

Song, H. J., Lee, C. K., Park, J. A., Hwang, Y. H., & Reisinger, Y. (2015). The Influence of Tourist Experience on Perceived Value and Satisfaction with Temple Stays: The Experience Economy Theory. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32(4), 401–415. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.898606>

Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24(1), 35–43. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00047-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00047-X)

Sani, A., & Maharani, V. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. . UIN Press.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.

Sukestiyarno. (2014). *Statistika Dasar* (P. Arie (ed.)). ANDI.

Suliyanto. (2017). Pelatihan Metode Pelatihan Kuantitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(2), 223–232.

Value, Experiential Satisfaction, Theme Park Image, and Revisit Intention. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(1), 26–73. <https://doi.org/10.1177/1096348014563396>

Wu, H.-C., & Ai, C.-H. (2016). Synthesizing the effects of experiential quality, excitement, equity, experiential satisfaction on experiential loyalty for the golf industry: The case of Hainan Island. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29, 41–59. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.05.005>

Wu, H.-C., Cheng, C.-C., & Ai, C.-H. (2018). A study of experiential quality, experiential value, trust, corporate reputation, experiential satisfaction and behavioral intentions for cruise tourists: The case of Hong Kong. *Tourism Management*, 66, 200–220. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.12.011>

- Yoshida, M. (2017). Consumer experience quality: A review and extension of the sport management literature. *Sport Management Review*, 20(5), 427–442. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.01.002>
- Yoshida, M., & James, J. (2010). Customer Satisfaction With Game and Service Experiences: Antecedents and Consequences. *Journal of Sport Management*, 24, 338–361. <https://doi.org/10.1123/jsm.24.3.338>
- Yosani, C. (2006). Teknik Analisis Kuantitatif. *Makalah Teknik Analisis II*, 1–7. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>
- Zhang, H., Fu, X., Cai, L. A., & Lu, L. (2014). Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism Management*, 40, 213–223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.006>
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8(June), 326–336. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>
- Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60. <https://doi.org/10.2307/125192>