

Persepsi pelanggan wisman dan wisnu terhadap service quality serta hubungannya dengan kepuasan pelanggan dan behavioral intention pada resort dan dive centre

Anggie Ayuningtyas, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=130612&lokasi=lokal>

Abstrak

Pariwisata bahari merupakan upaya pengembangan dan pemanfaatan objek di kawasan pesisir dan lautan. Dibutuhkan peningkatan kualitas dalam jasa pelayanan di bidang tersebut. Perusahaan yang bergerak di bidang ini adalah resort dan dive centre. Lokasi penelitian dilakukan di Gili Trawangan. Sampelnya adalah pengunjung yang bermalam di resort dan bisa menyelam. Teknik pengambilan sampel non probability sampling sebanyak 227 responden. Pengumpulan datanya menggunakan kuesioner berupa self administered surveys, pertanyaan terstruktur dan skala likert. Pada penelitian ini dibedakan dua kategori responden yaitu mancanegara dan domestik. Berdasarkan analisis regresi, terdapat terdapat hubungan langsung dan positif antara service quality, facilities quality, dan price/value dengan tingkat kepuasan pelanggan responden mancanegara sedangkan responden domestik, tidak ada hubungannya. Untuk variabel service quality dan customer satisfaction dengan behavioral intention memiliki hubungan langsung dan positif baik untuk responden mancanegara dan domestik. Nilai pengaruh tidak langsung antara service quality dengan behavioral intention untuk responden mancanegara lebih besar, berbeda dengan responden domestik, nilai koefisien regresi pengaruh langsungnya yang lebih besar. Pada model penelitian pertama, variabel yang paling mempengaruhi intensi berperilaku adalah variabel customer satisfaction dan variabel service quality merupakan faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan pada model penelitian kedua.

<hr>The activities of marine tourism consist of development and utilization of marine's object in coastal areas and seas in Indonesia. To achieve this, quality improvement of marine tourism services is needed. Resort and dive centre is company that focus in the marine tourism services. In this study, the respondents was divided into two categories which is foreign and domestic. Based on regression analysis, there is a direct and positive relationship between service quality, facilities quality, and price or value with customer satisfaction levels of foreign respondents, no such relations is confirmed with domestic respondent. The service quality and customer satisfaction variables has a direct and positive relationship with the behavioral intention for both foreign and domestic respondents. The value of indirect effect between service quality and the behavioral intention with foreign respondents is greater than the direct effect. The regression coefficient values of direct influence is greater than the indirect influence for the foreign respondent. There are two variables to be needed, the first is customer satisfaction which is mostly affecting the behavioral intention. The second is service quality for affecting customer satisfaction with facilities quality and price or value.