

Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Terhadap Pelayanan di Kawasan Wisata Goa Selomangleng Kota Kediri dengan Pendekatan *Structural Equation Modeling*

Yollafie Asmara dan Vita Ratnasari

Jurusan Statistika, Fakultas MIPA, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

Jl. Arief Rahman Hakim, Surabaya 60111 Indonesia

e-mail: yollafie12@mhs.statistika.its.ac.id dan vita_ratna@statistika.its.ac.id

Abstrak—Kawasan Wisata Goa Selomangleng merupakan salah satu obyek wisata di Kota Kediri. Jumlah pengunjung pada tahun 2014 mencapai 105.262 pengunjung, sedangkan tahun 2015 jumlahnya menurun drastis sebesar 75.765 pengunjung. Ber-dasarkan hal tersebut diperlukan sebuah penelitian untuk meng-analisis tingkat kepuasan dan loyalitas pengunjung Kawasan Wisata Goa Selomangleng. Data yang digunakan merupakan data primer yang dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*, *Structural Equation Modeling (SEM)*, dan *Net Promoter Score (NPS)*. Terdapat 33 indikator yang terdiri dari 25 indikator variabel kualitas pelayanan, 3 indikator variabel kepuasan, dan 5 indikator variabel loyalitas. Hasil IPA menyatakan, indikator yang perlu diperbaiki adalah kinerja petugas dalam memberikan rasa nyaman dan pelayanan yang baik, kebersihan fasilitas umum serta kebersihan lingkungan. Sedangkan analisis SEM menghasilkan bahwa terdapat pengaruh langsung antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengunjung dan variabel kepuasan dengan loyalitas pengunjung. Selain itu, terdapat pengaruh tak langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas dan hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui variabel kepuasan. Tingkat loyalitas pengunjung tergolong sangat rendah yaitu sebesar -13%. Artinya, besar kemungkinan pengunjung akan berpindah ke tempat wisata lain.

Kata Kunci—*Importance Performance Analysis, Kepuasan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas, Net Promoter Score, Structural Equation Modeling.*

I. PENDAHULUAN

Kota Kediri merupakan salah satu Pemerintahan Kota yang ada di provinsi Jawa Timur. Kota Kediri memiliki potensi obyek-obyek pariwisata baik wisata sejarah, alam, industri maupun olahraga. Salah satu obyek wisata sejarah dan alam yang potensial adalah situs sejarah Goa Selomangleng. Pemerintah Kota Kediri berusaha mengembangkan potensi wisata serta menarik minat pengunjung dengan membangun Museum Airlangga dan Wisata Air Goa Selomangleng [1]. Selama didirikan sejak tahun 1992, Kawasan Wisata Goa Selomangleng mengalami kondisi jumlah pengunjung yang fluktuatif. Pada tahun 2014 jumlah pengunjung mencapai 105.262 pengunjung, sedangkan pada tahun 2015 jumlahnya menurun drastis yaitu sebesar 75.765 pengunjung.

Dinas Pariwisata Goa Selomangleng pada tahun 2013 juga telah melakukan penelitian mengenai Kajian Indeks Kepuasan Masyarakat menggunakan metode IPA dan menghitung Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM). Diperoleh IKM sebesar 59,58 yang berarti pengunjung menilai kinerja pengelola Kawasan Wisata Goa Selomangleng masih kurang memuaskan. Sedangkan hasil analisis menggunakan metode IPA menghasilkan atribut yang harus mendapatkan prioritas penanganan utama adalah atribut pegawai berseragam rapi, ketersediaan wahana bermain yang menarik, kebersihan kawasan terjamin, ketersediaan fasilitas kesehatan (kotak P3K), kebersihan toilet, mushola yang bersih dan nyaman serta keberadaan pusat informasi [2].

Berdasarkan uraian diatas, maka diperlukan adanya suatu penelitian untuk menganalisis tingkat kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap Kawasan Wisata Goa Selomangleng. Penelitian dilakukan dengan melakukan survei kepuasan dan loyalitas pengunjung Kawasan Wisata Goa Selomangleng. Hasil survei tersebut selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode SEM, IPA dan NPS. Penelitian ini menggunakan dua metode yang berbeda dari penelitian yang telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olah Raga Kota Kediri sebelumnya.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah mengetahui karakteristik pengunjung Kawasan Wisata Goa Selomangleng, mengetahui indikator mana yang dianggap penting dan perlu diperbaiki, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas, pengaruh kepuasan terhadap loyalitas, serta me-ngetahui tingkat loyalitas pengunjung terhadap Kawasan Wisata Goa Selomangleng.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. *Importance Performance Analysis*

IPA adalah salah satu teknik analisa yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Analisis ini digunakan untuk membandingkan penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan (*Importance*) dengan kinerja kualitas pelayanan (*Performance*) [3].

Hasil penilaian dari pengunjung kemudian dirata-rata dan digambarkan dalam *Importance-Performance Matrix*

(diagram kartesius) dimana sumbu absis (X) merupakan tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) merupakan tingkat kepentingan. Gam-baran kuadran yang dibentuk oleh *Importance-Performance Matrix* disajikan dalam Gambar 1.

Kuadran 2 <i>Concentrate Here</i>	Kuadran 3 <i>Keep Up The Good Work</i>
Kuadran 1 <i>Low Priority</i>	Kuadran 4 <i>Possible Overkill</i>

Gambar 1. Matriks Importance-Performance

Keterangan mengenai masing-masing kuadran dijelaskan sebagai berikut [4].

1. Kuadran 1 (*Low Priority*), menunjukkan tingkat ke-pentingan konsumen dan tingkat kinerja dimensi layanan rendah, sehingga atribut atau dimensi layanan yang berada dalam kuadran ini mendapat prioritas rendah untuk diperbaiki.
2. Kuadran 2 (*Concentrate Here*), menunjukkan tingkat ke-pentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan yang tinggi, namun tingkat kinerjanya rendah. Dengan demikian atribut dalam kuadran ini perlu segera diperbaiki agar dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.
3. Kuadran 3 (*Keep Up The Good Work*), menunjukkan tingkat kepentingan yang tinggi begitu pula dengan tingkat kinerjanya. Dengan demikian atribut atau dimensi layanan yang ada harus dipertahankan kinerjanya.
4. Kuadran 4 (*Possible Overkill*), menunjukkan tingkat kepentingan konsumen terhadap dimensi layanan yang rendah namun tingkat kinerjanya tinggi. Hal tersebut terjadi karena layanan yang diberikan terlalu berlebihan sehingga pihak pengelola harus mengurangi/menghemat sumber daya untuk dimensi layanan dalam kuadran ini.

B. Uji Asumsi Normalitas Multivariat dan Outlier

Salah satu metode pengujian normalitas multivariat yang dapat digunakan adalah metode *square distance*. Untuk men-dapatkan nilai *square distance* digunakan persamaan (1).

$$d_j^2 = (x_j - \bar{x})' S^{-1} (x_j - \bar{x}), \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (1)$$

Dimana S^{-1} merupakan invers matriks kovarian dan x_1, x_2, \dots, x_n merupakan vektor sampel yang digunakan dalam penelitian. Selanjutnya, *square distance* diplotkan untuk mengetahui pola data yang disebut plot *chi-square*. Berikut adalah langkah-langkah untuk menyusun plot *chi-square*.

1. Mengurutkan nilai *square distance* dari yang terkecil hingga terbesar ($d_{(1)}^2, d_{(2)}^2, \dots, d_{(n)}^2$).
2. Membuat plot dari $(q_{c,p}(\frac{j-0,5}{n}), d_j^2)$ dimana $q_{c,p}(\frac{j-0,5}{n}) = \chi_p^2(\frac{n-j+0,5}{n})$

Hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut.

H_0 : Data berdistribusi normal multivariat

H_1 : Data tidak berdistribusi normal multivariat

Statistik uji yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$r_Q = \frac{\sum_{j=1}^n (x_{(j)} - \bar{x})(q_{(j)} - \bar{q})}{\sqrt{\sum_{j=1}^n (x_{(j)} - \bar{x})^2} \sqrt{\sum_{j=1}^n (q_{(j)} - \bar{q})^2}}, \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (2)$$

dengan

r_Q = koefisien korelasi dari *Q-Q plot*

$x_{(j)}$ = d_j^2

q = nilai kuantil normal standart, tingkat probabilitas $\frac{(j-0,5)}{n}$

Daerah kritis:

Tolak H_0 dengan taraf α jika $r_Q \leq$ nilai r_{tabel} yang diperoleh dari *Q-Q plot* koefisien korelasi [5].

Salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi *outlier* secara multivariat adalah *leverage point* (h_i). Nilai *leverage* untuk data ke- i adalah sebagai berikut.

$$h_{ii} = (H)_{ii} \quad (3)$$

Nilai *leverage* diperoleh dari nilai diagonal dari matrik $H = X(X'X)^{-1}X'$. Sebuah observasi dideteksi *outlier* jika nilai *leverage* lebih besar daripada $2p/n$, dimana p adalah banyak-nya variabel independen, n adalah banyaknya observasi [6].

C. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Metode yang digunakan untuk menguji seberapa baik variabel yang diukur dapat mewakili *construct* yang terbentuk sebelumnya adalah *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). CFA juga digunakan untuk mengetahui signifikansi dari estimasi koefisien serta menguji apakah pertanyaan dalam kuesioner sudah representatif (*valid*) dan akurat atau konsisten (*reliable*).

Sebuah indikator dikatakan signifikan jika nilai *loading factor* signifikan atau $p\text{-value} < 0,05$. Variabel indikator dikatakan valid bila *loading factor* $\geq 0,5$ dan idealnya bernilai $\geq 0,7$. Reliabilitas dapat diukur dengan pengujian *Construct reliability* (CR) yang dihitung dengan persamaan 4.

$$CR = \frac{(\sum_{i=1}^n L_i)^2}{(\sum_{i=1}^n L_i)^2 + (\sum_{i=1}^n e_i)}, \quad i = 1, 2, \dots, n \quad (4)$$

dengan

L_i = loading faktor

$e_i = 1 - \hat{\lambda}_i$ merupakan varians error indikator.

Ukuran ini dapat diterima keandalannya apabila *construct reliability* (CR) $\geq 0,70$ [7].

D. Structural Equation Modeling (SEM)

SEM adalah salah teknik analisis multivariat yang diguna-kan untuk menguji teori yang ada mengenai relasi antara sejumlah variabel secara simultan. Sekumpulan relasi yang dimaksud adalah hubungan antara satu atau beberapa variabel independen dengan satu atau beberapa variabel dependen [8].

Terdapat dua jenis variabel yang digunakan dalam analisis SEM yaitu variabel laten dan variabel manifest (indikator). Variabel Laten merupakan variabel yang bersifat *unobserved* dan hanya dapat didekati melalui variabel-variabel terukur atau teramati. Variabel Manifest (indikator), merupakan suatu variabel yang dapat diamati dan diukur secara langsung. Model pengukuran untuk indikator eksogen dan endogen di-sajikan dalam persamaan (5) dan persamaan (6) [8].

$$x = \Lambda_X \xi + \delta \quad (5)$$

dan

$$y = \Lambda_Y \eta + \varepsilon \quad (6)$$

dengan

- x = vektor indikator eksogen
- Λ_x (lambda-x) = matriks lambda dari konstruk eksogen
- ξ (xi) = variabel laten (konstruk) eksogen
- y = vektor indikator endogen
- Λ_y (lambda-y) = matriks lambda dari konstruk endogen
- η (eta) = variabel laten (konstruk) endogen.

Model struktural dalam analisis SEM secara umum disajikan dalam persamaan (7) [9].

$$\eta = \Gamma\xi + B\eta + \zeta \tag{7}$$

dengan

- η (eta) = variabel laten (konstruk) endogen
- Γ (gamma) = matriks relasi dari konstruk-konstruk eksogen
- ξ (xi) = variabel laten (konstruk) eksogen
- B (beta) = matriks relasi dari konstruk-konstruk endogen
- ζ (zeta) = faktor unik atau kesalahan (error) struktural.

Hipotesis yang digunakan untuk melakukan pengujian model struktural adalah sebagai berikut.

$$H_0 : \gamma = 0 \text{ atau } \beta = 0$$

$$H_1 : \gamma \neq 0 \text{ atau } \beta \neq 0$$

Statistik uji yang digunakan adalah nilai *Critical Ratio* (C.R). Tolak H_0 nilai C.R > t_{tabel} [8].

E. Net Promoter Score

Metode NPS adalah metode yang digunakan untuk mengukur dan mengontrol tingkat kepuasan pelanggan dengan skala nilai 0-10 dalam kuisioner. Berdasarkan penilaian NPS jenis pelanggan dibagi menjadi tiga, yaitu [10].

1. *Promoters*, pelanggan ini antusias terhadap produk yang ditawarkan dan juga berkenan merekomendasikan produk tersebut pada orang lain. *Promoter* merupakan pelanggan yang memilih nilai 9-10.
2. *Passives*, jenis pelanggan yang merasa puas terhadap produk namun tidak berkenan merekomendasikan ke orang lain dan berpotensi pindah ke produk lain. *Passive* merupakan pelanggan yang memilih nilai 7 atau 8
3. *Detractors*, pelanggan memiliki pengalaman kurang baik terhadap suatu produk dan sangat berpotensi untuk memberikan rekomendasi negatif mengenai produk tersebut. Pelanggan jenis ini akan memilih nilai 0-6.

Setelah data responden dikumpulkan, dihitung berapa NPS yang diperoleh dengan menggunakan persamaan (8).

$$NPS = \%Promoters - \%Detractors \tag{8}$$

NPS yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan NPS industri lain yang sejenis.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder yang digunakan merupakan data jumlah pengunjung Kawasan Wisata Goa Selomangleng pada tahun 2015 yang diperoleh dari Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Kediri. Sedangkan data primer yang digunakan

merupakan data hasil survey kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap pelayanan di Kawasan Wisata Goa Selomangleng. Sampel yang diambil sebanyak 165 responden dengan metode sampling sistematis.

B. Variabel Penelitian

Terdapat tiga variabel laten yang digunakan yang terdiri dari 33 indikator. Variabel laten beserta variabel indikator yang digunakan disajikan dalam Tabel 1.

TABEL 1. VARIABEL PENELITIAN

Variabel Laten	Variabel Indikator	Dimensi	
Kualitas Pelayanan	Keamanan tempat parkir	<i>Assurance</i> (Jaminan) (X ₁)	
	Keamanan pengunjung		
	Profesionalitas petugas		
	Petugas memberikan informasi		
	Petugas ramah dan sopan		
	Petugas memberik rasa nyaman	<i>Empathy</i> (Empati) (X ₂)	
	Petugas memberi layanan adil		
	Petugas memperhatikan kebutuhan		
	Petugas memberi layanan cepat	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) (X ₃)	
	Petugas membantu kesulitan pengunjung		
	Petugas menanggapi permintaan pengunjung		
	Kepuasan	Harga tiket murah	<i>Reliability</i> (Keandalan) (X ₄)
		Waktu buka-tutup sesuai	
		Petugas melayani dengan baik	
		Petugas memberikan layanan sesuai dengan tugas dan jabatan	
Akses jalan yang mudah		<i>Tangible</i> (Wujud Fisik) (X ₅)	
Lapangan parkir luas			
Pusat informasi yang lengkap			
Panggung hiburan menarik			
Kantin/ tempat makan nyaman			
Kebersihan area terjaga			
Loyalitas	Wahana bermain menarik	Kawasan Wisata Goa Selomangleng merupakan pilihan pertama untuk berwisata (Y ₇) Pengunjung percaya Kawasan Wisata Goa Selomangleng merupakan tujuan wisata terbaik (Y ₈)	
	Fasilitas PK memadai		
	Seragam petugas rapi		
	Pengunjung senang berwisata di Kawasan Wisata Goa Selomangleng (Y ₁)		
	Kawasan Wisata Goa Selomangleng telah memenuhi harapan pengunjung (Y ₂)		
	Pengunjung merasa puas berwisata di Kawasan Wisata Goa Selomangleng (Y ₃)		
	Pengunjung memberi komentar positif (Y ₄)		
	Pengunjung memberi rekomendasi pada orang lain (Y ₅)		
Kemungkinan besar pengunjung akan berwisata kembali (Y ₆)			

C. Langkah Penelitian

Langkah analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan karakteristik pengunjung.
2. Melakukan *Importance-Performance Analysis*
3. Melakukan analisis *Structural Equation Modeling* dengan tahap-tahap berikut.
 - a. Pemeriksaan asumsi normal multivariat dan outlier.
 - b. Merancang model pengukuran (CFA).
 - c. Melakukan pengujian model pengukuran.
 - d. Mengembangkan model struktural berdasarkan teori atau hipotesis yang telah didefinisikan sebelumnya.

Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut.

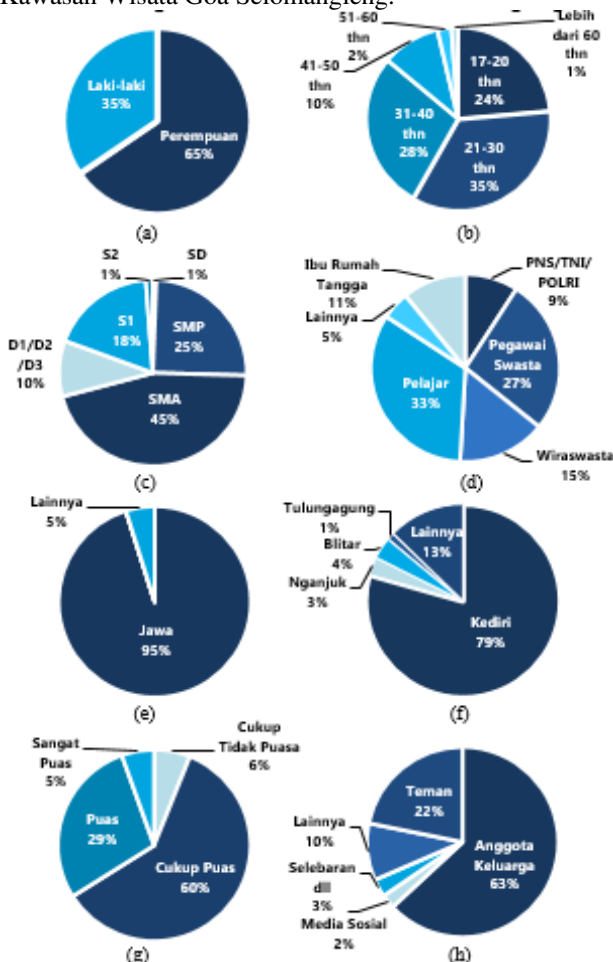
- H₁: Terdapat pengaruh kualitas layanan Kawasan Wisata Goa Selomangleng terhadap kepuasan pengunjung
 - H₂: Terdapat pengaruh kualitas layanan Kawasan Wisata Goa Selomangleng terhadap loyalitas pengunjung
 - H₃: Terdapat pengaruh kepuasan pengunjung Kawasan Wisata Goa Selomangleng terhadap loyalitas
- e. Membuat diagram jalur sesuai kerangka konsep.
 - f. Mengkonversi diagram jalur ke persamaan struktural.
 - g. Mengidentifikasi model untuk memeriksa apakah model dalam keadaan *over identified* atau tidak.
 - h. Mengevaluasi kesesuaian model (*Goodness of Fit*).
 - i. Melakukan modifikasi model jika model belum *fit*.
 - j. Menginterpretasikan model SEM yang telah terbentuk

4. Melakukan analisis *Net Promotor Score*.
5. Menarik kesimpulan.

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Statistika Deskriptif

Data yang dianalisis menggunakan metode statistika deskriptif adalah karakteristik demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, daerah asal, dan suku bangsa. Karakteristik perilaku pengunjung yaitu sumber informasi mengenai Kawasan Wisata Goa Selomangleng.



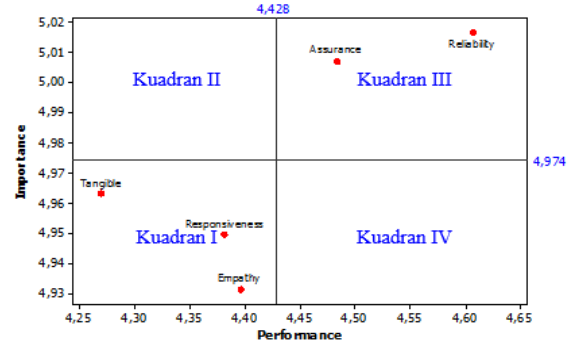
Gambar 2. Persentase Jumlah Pengunjung Kawasan Wisata Goa Selomangleng Menurut Karakteristik Demografi dan Perilaku serta Kepuasan Pengunjung Secara Keseluruhan

Gambar 2(a) merupakan *pie chart* jenis kelamin responden Kawasan Wisata Goa Selomangleng. Sebanyak 57 responden (35%) berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 108 responden (65%) berjenis kelamin perempuan. Gambar 2(b) merupakan *pie chart* usia responden yang didominasi dengan pengunjung dalam rentang usia 21-30 tahun yaitu sebanyak 57 responden (35%). Gambar 2(c) merupakan *pie chart* pendidikan terakhir responden dimana persentase terbesar adalah responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA (Sekolah Menengah Atas) sebanyak 75 orang (45%). Gambar 2(d) merupakan *pie chart* pekerjaan responden yang didominasi dengan pengunjung yang merupakan pelajar yaitu sebesar 33% (55 orang). Gambar 2(e) merupakan *pie chart* suku bangsa responden yang sebagian besar bersuku bangsa Jawa dengan persentase 95% (157 orang). Gambar 2(f) merupakan *pie chart* daerah asal/tempat tinggal responden. Sebesar 79% (131 orang) merupakan pengunjung yang berasal dari Kota Kediri.

Gambar 2(g) merupakan *pie chart* kepuasan responden secara keseluruhan. Sebagian besar responden merasa cukup puas terhadap pelayanan yang telah diberikan yaitu sebesar 60% (99 orang). Gambar 2(h) merupakan *pie chart* sumber informasi mengenai Kawasan Wisata Goa Selomangleng yang diperoleh pengunjung. Sebagian besar responden mendapatkan informasi dari anggota keluarga yaitu sebesar 63% (104 orang).

B. Importance Performance Analysis

Metode IPA digunakan untuk mengetahui indikator yang dianggap penting bagi pengunjung dan perlu diperbaiki oleh pengelola Kawasan Wisata Goa Selomangleng. Hasil dari IPA untuk dimensi kualitas pelayanan disajikan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Importance Performance Analysis Variabel Kualitas Pelayanan

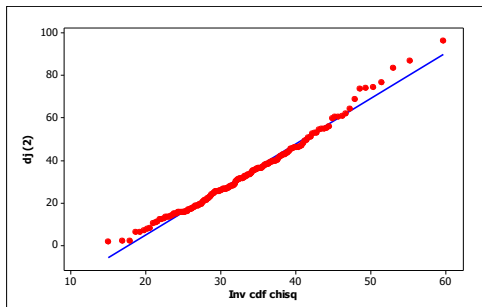
Berdasarkan IPA dalam Gambar 3, diperoleh bahwa tiga dimensi masuk dalam kuadran I yaitu dimensi *empathy*, *responsiveness*, dan *tangible*. Hal tersebut berarti bahwa ketiga dimensi tersebut memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang rendah, sehingga memiliki prioritas yang rendah untuk diperbaiki. Sedangkan dua dimensi lainnya yaitu dimensi *assurance* dan *reliability* masuk dalam kuadran III. Hal tersebut berarti bahwa dimensi pelayanan dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi sehingga dimensi yang ada harus dipertahankan kinerjanya.

Hasil IPA untuk masing-masing dimensi diperoleh bahwa indikator yang perlu diperbaiki dalam dimensi *empathy* adalah indikator petugas memberikan rasa nyaman. Dalam dimensi *reliability* yaitu indikator pelayanan petugas yang baik sedangkan dalam dimensi

tangible adalah indikator kebersihan lingkungan dan kebersihan fasilitas umum.

C. Uji Asumsi Normalitas Multivariat dan Outlier

Salah satu asumsi yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis menggunakan metode SEM salah satunya adalah data yang digunakan harus berdistribusi normal multivariat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan plot χ^2 dan koefisien korelasi (r_Q).



Gambar 4. Plot χ^2 Uji Asumsi Normal Multivariat

Gambar 4 menunjukkan plot χ^2 antara kuantil distribusi *Chi-Square* dengan nilai *square distance* (d^2). Dapat dilihat pola persebaran data berdistribusi disekitar garis linear. Hasil deteksi proporsi *square distance* sebesar 0,539.

TABEL 2. NILAI KORELAI Uji ASUMSI NORMALITAS MULTIVARIAT

Nilai Korelasi	Nilai Tabel Korelasi	Keputusan
0,993	0,9918	Gagal Tolak H_0

Dari Tabel 2 diperoleh nilai korelasi sebesar 0,993 > nilai korelasi tabel $r_{(0,05;165)}=0,987$. Sehingga diambil keputusan untuk gagal tolak H_0 (Data berdistribusi normal multivariat).

Pemeriksaan terhadap *outlier* dilakukan terutama ketika asumsi normal multivariat tidak terpenuhi. Namun untuk mendapatkan hasil estimasi dan model yang baik perlu dilakukan deteksi *outlier* walaupun data telah memenuhi asumsi normal multivariat. Dengan nilai $Cutoff = 2p/n = (2 \times 13)/165 = 0,157$ diperoleh 10 observasi yang terdeteksi sebagai *outlier*. Untuk memperoleh hasil estimasi dan model yang baik maka observasi yang terdeteksi sebagai *outlier* tersebut dihapuskan kemudian dilanjutkan untuk analisis selanjutnya.

D. Confirmatory Factor Analysis

CFA digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel indikator sudah benar-benar representatif (*valid*) dan akurat/konsisten (*reliable*) dalam menyusun variabel laten. Hasil analisis CFA disajikan dalam Tabel 3.

TABEL 3. HASIL Uji VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN, LOYALITAS DAN KEPUASAN

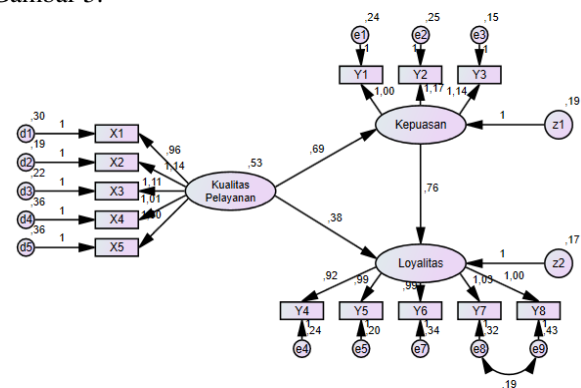
Variabel Laten	Indikator	Loading Factor	P-value	CR	Ket.
Kualitas Pelayanan	X ₁	0,736	<0,000	0,908	Valid dan Reliabel
	X ₂	0,748	<0,000		
	X ₃	0,878	<0,000		
	X ₄	0,902	<0,000		
	X ₅	0,799	<0,000		
Loyalitas	Y ₁	0,905	<0,000	0,882	Valid dan Reliabel
	Y ₂	0,852	<0,000		
	Y ₃	0,773	<0,000		
Kepuasan	Y ₄	0,754	<0,000	0,918	Valid dan Reliabel
	Y ₅	0,837	<0,000		
	Y ₆	0,831	<0,000		
	Y ₇	0,891	<0,000		
	Y ₈	0,837	<0,000		

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh bahwa semua indikator telah valid. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai *loading factor* masing-masing indikator telah bernilai lebih dari 0,7 yang berarti bahwa indikator yang ada telah signifikan atau representatif sebagai pengukur variabel laten.

Sedangkan pengujian reliabilitas juga menunjukkan bahwa semua indikator telah reliabel, hal tersebut ditunjukkan dengan nilai CR (*Construct Reliability*) yang lebih besar dari 0,7. Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator untuk masing-masing variabel laten secara bersama-sama mengukur variabel laten yang sama.

E. Structural Equation Modeling

Setelah dilakukan CFA untuk menguji validitas serta reliabilitas, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis model struktural untuk mengetahui hubungan antar variabel laten. Model struktural yang di-kembangkan berdasarkan hipotesis yang digunakan disajikan dalam Gambar 5.



Gambar 5. Model Struktural Variabel Kualitas Pelayanan, Variabel Kepuasan dan Variabel Loyalitas

Berdasarkan model struktural yang telah dibentuk diperoleh bahwa model dalam keadaan *over identified* dengan $df=65$. Oleh karena itu perlu dilakukan uji kebaikan model (*goodness of fit*) untuk mengetahui apakah model yang telah terbentuk telah sesuai dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Hasil uji kebaikan model disajikan dalam Tabel 4.

TABEL 4. HASIL Uji KEBAIKAN MODEL STRUKTURAL

Goodness of Fit Index	Cut Off Value	Hasil Perhitungan	Kesimpulan
χ^2 Statistics	Diharapkan kecil	145,257	Model diterima
GFI	$\geq 0,90$	0,870	Model cukup diterima
RMSEA	$\leq 0,08$	0,095	Model cukup diterima
NFI	$\geq 0,90$	0,917	Model diterima
TLI	$\geq 0,90$	0,935	Model diterima
CFI	$\geq 0,90$	0,949	Model diterima
RFI	$\geq 0,90$	0,894	Model cukup diterima
AGFI	$\geq 0,90$	0,806	Model cukup diterima
PNFI	Diharapkan kecil	0,717	Model tidak diterima

Dapat diketahui dari Tabel 4 bahwa model sudah cukup baik karena beberapa kriteria kebaikan model telah dipenuhi. Dari sembilan kriteria kebaikan model yang digunakan, empat kriteria diantaranya menyatakan bahwa model dapat diterima.

Selanjutnya dilakukan pengujian parameter model untuk mengetahui pengaruh langsung dan pengaruh tak langsung antar variabel laten. Hubungan antar variabel

laten dan hasil estimasi (*loading factor*) disajikan dalam Tabel 5.

TABEL 5. HASIL ESTIMASI (LOADING FACTOR) MODEL STRUKTURAL

Pengaruh	Hubungan	Estimasi	S.E.	C.R
Direct	Kepuasan ← Kualitas Pelayanan	0,751	0,084	8,130
	Loyalitas ← Kualitas Pelayanan	0,329	0,131	3,504
	Loyalitas ← Kepuasan	0,600	0,108	5,793
Indirect	K.Pelayanan → Kepuasan → Loyalitas	0,451	0,071	6,352
Total	K.Pelayanan → Loyalitas	0,780	0,050	15,600

Jika digunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ maka diperoleh nilai $t_{tabel} = t_{(0,05;165)} = 1,97$. Karena nilai *Critical Ratio* (C.R) untuk masing-masing hubungan antar variabel laten yang terbentuk bernilai lebih dari t_{tabel} maka diambil keputusan untuk Tolak H_0 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan analisis mengenai hubungan variabel laten yang telah dilakukan diatas menghasilkan bahwa terdapat pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan, kualitas pelayanan terhadap loyalitas dan kepuasan terhadap loyalitas. Sedangkan hasil analisis hubungan tidak langsung kualitas pelayan terhadap loyalitas melalui kepuasan pengunjung juga menghasilkan adanya pengaruh tak langsung.

F. Net Promoter Score

Analisis NPS dilakukan untuk mengetahui tingkat loyalitas pengunjung terhadap Kawasan Wisata Goa Selomangleng. Adapun hasil klasifikasi jenis pengunjung untuk analisis NPS disajikan dalam Tabel 6.

TABEL 6. HASIL ANALISIS NET PROMOTER SCORE (NPS)

Jenis Pengunjung	Jumlah Responden	Persentase (%)
<i>Detractor</i>	48	29%
<i>Passive</i>	91	55%
<i>Promoter</i>	26	16%
Total	165	100%

Hasil klasifikasi pengunjung dalam Tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah tipe pengunjung *passive* yaitu sebesar 55% (91 responden). Pengunjung tipe *passive* merupakan jenis pengunjung yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan namun tidak berkeinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain dan berpotensi untuk berpindah ke tempat wisata lain yang dirasa lebih baik.

Sebanyak 29% (48 orang) responden merupakan tipe *detractor*. Pengunjung ini memiliki pengalaman kurang baik terhadap pelayanan yang diberikan dan berpotensi memberikan rekomendasi negatif pada orang lain. Sedangkan sebesar 16% (26 orang) responden merupakan tipe *promoter* yang antusias terhadap pelayanan dan cenderung memberikan rekomendasi.

Dengan menggunakan persamaan (8) diperoleh NPS sebesar -13%. Nilai tersebut sangat rendah dibandingkan dengan tempat wisata lainnya. Sebagai contoh Wisata Bahari Lamongan (WBL) memiliki NPS sebesar 8% [11]. Dapat diambil kesimpulan bahwa secara umum tingkat loyalitas pengunjung Kawasan Wisata Goa Selomangleng sangat rendah dan besar kemungkinan jika

pelayanan dan fasilitas yang diberikan tidak segera diperbaiki maka akan banyak pengunjung yang beralih ke tempat wisata lain.

V. KESIMPULAN/RINGKASAN

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa karakteristik demografi pengunjung Kawasan Wisata Goa Selomangleng sebagian besar merupakan pengunjung yang berjenis kelamin perempuan (65%), berusia 21-30 tahun (35%), memiliki pendidikan terakhir SMA (45%), mayoritas merupakan pelajar (33%), merupakan penduduk asli Kota Kediri (79%) dan bersuku bangsa Jawa (95%). Sedangkan analisis karakteristik perilaku pengunjung menghasilkan bahwa mayoritas pengunjung telah mengunjungi Kawasan Wisata Goa Selomangleng sebanyak lebih dari tiga kali dan mendapatkan informasi dari anggota keluarga. Terdapat empat indikator yang perlu diperbaiki, diantaranya indikator petugas dalam memberikan rasa nyaman, pelayanan petugas yang baik, kebersihan lingkungan serta kebersihan fasilitas umum. Terdapat pengaruh secara langsung antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengunjung dan kepuasan terhadap loyalitas pengunjung. Tingkat loyalitas pengunjung Kawasan Wisata Goa Selomangleng tergolong sangat rendah sebesar -13%.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anonim. (2014). Situs Resmi Pemerintah Kota Kediri <URL: <http://www.kediririkota.go.id/>>.
- [2] Anonim. (2013). Kajian indeks kepuasan masyarakat terhadap kawasan wisata goa selomangleng Kota Kediri. Kediri: Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga.
- [3] Prastiwi, E.H., (20). Importance-performance untuk mengukur kualitas layanan jasa. *Jurnal Ekonomi*, 5, 45-49.
- [4] Oh, Haemon. (2001). Revisiting Importance-Performance Analysis. *Journal of Tourism Management*, 22, 617-627.
- [5] Johnson, R. A. & Wichern, D. W. (2007). Applied multivariate statistical analysis (6th Ed.) United States of America: Pearson Prentice Hall.
- [6] Kannan, K. S. & Manoj, K. (2015). Outlier detection in multivariate data. *Jurnal of applied mathematical sciences*, 9, 2317-2324.
- [7] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis. (7th Ed). Upper saddle River, New Jersey: Pearson Education International.
- [8] Dachlan, Usman. (2014). Panduan lengkap structural equation modeling. Semarang: Lentera Ilmu.
- [9] Sharma, S. (1996). Applied multivariate techniques. United States of America: John Wiley & Sons, Inc
- [10] Keiningham, T. L., Cooil, B., Andreassen, T. W., & Aksoy, L. (2007). A longitudinal examination of net promoter and firm revenue growth. *Journal of Marketing*, 71, 39-51.
- [11] Arifani, I. (2015). Pendekatan experimental marketing terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung Wisata Bahari Lamongan menggunakan analisis multivariat. Tugas akhir program sarjana tidak dipublikasikan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya.