

**ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG MENGGUNAKAN *SECOND ORDER CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS* PADA *STRUCTURAL EQUATION MODELING*  
(Studi Kasus: Pengunjung Pemandian Air Panas (PAP) Guci)**

**Niken Anggraini Dewi<sup>1</sup>, Rita Rahmawati<sup>2</sup>, Moch. Abdul Mukid<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Statistika FSM UNDIP

<sup>2,3</sup>Staff Pengajar Jurusan Statistika FSM UNDIP

**ABSTRACT**

Pemandian Air Panas (PAP) Guci is one of the famous natural destinations in Tegal regency. The visitors are fluctuated. Therefore, the writer carried out an analysis of visitor satisfaction using Structural Equation Modeling (SEM). Confirmatory factor analysis using in the reseach is second order. The construct used are the service quality (tangibles, reliability, responsiveness, insurance, and empathy), product quality (facilities, accessibility, source human and hygiene), price (affordability, suitability, and price comparisons), visitor satisfaction (overall satisfaction, satisfaction as expected, and the employee), and the interest reset. Choosing variables based on justification theory. Significant parameters, namely the quality service to the quality products by 50,8%, the quality product to the prices by 89%, the price to the visitor satisfaction of 91,4%, visitor satisfaction to the interest reset of 55%. Parameters were not significant, envelop service quality to price, quality service to visitor satisfaction, and quality product to visitor satisfaction.

**Keywords:** Second Order Factor Analysis, SEM, Product Quality, Service Quality, Price, Visitor Satisfaction, Interest Reset.

**1. PENDAHULUAN**

Manusia membutuhkan hari libur untuk mengembalikan kerja otak yang menurun. Salah satu pengisi hari libur yaitu mengunjungi wisata alam. Potensi wisata alam yang terkenal di sebelah selatan Kabupaten Tegal yaitu Pemandian Air Panas (PAP) Guci. Wisata ini dikenal dengan nuansa alam pegunungan yang indah, masyarakat yang agraris dan adanya kepercayaan mandi dengan air panas sebagai upaya untuk terapi berbagai penyakit. Pengunjung PAP Guci Tahun 2000-2010 bersifat fluktuatif. Pada rentang waktu tersebut pengunjung paling banyak terjadi pada Tahun 2010 dengan jumlah wisatawan 252769 jiwa. Penurunan wisatawan yang signifikan terjadi pada Tahun 2003 dengan jumlah wisatawan 281316 jiwa ke Tahun 2004 dengan jumlah wisatawan 213012 jiwa. Strategi-strategi pengembangan obyek wisata ditingkatkan oleh pemerintah Kabupaten Tegal sehingga pengunjung mengalami kenaikan pada Tahun 2011 dengan jumlah wisatawan sebesar 345265 jiwa.

Dari masalah-masalah yang ada penulis melakukan penelitian yang dibatasi pada variabel kualitas produk, kualitas layanan, harga, kepuasan pengunjung, minat mengulang kembali di PAP Guci. Metode yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) karena dapat menguji hubungan kausalitas, validitas dan reliabilitas sekaligus, menguji beberapa variabel bebas dan terikat sekaligus, dan dapat mengukur variabel faktor yang tidak dapat diukur secara langsung melalui indikatornya. Variabel dalam penelitian mempengaruhi variabel teramati dan dipengaruhi oleh variabel lain tanpa berhubungan langsung dengan variabel teramati sehingga menggunakan *second order confirmatory factor analysis*.

Rumusan masalah dari penelitian dalam tugas akhir sebagai berikut:

a) Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi analisis kepuasan pengunjung PAP Guci ?

- b) Bagaimana bentuk estimasi model *fit* dari *Structural Equation Modeling* (SEM) terhadap analisis kepuasan pengunjung di PAP Guci ?

Tujuan dari penelitian dalam tugas akhir sebagai berikut:

- a) Mengetahui dan mengkonfirmasi teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi analisis kepuasan pengunjung PAP Guci
- b) Mendapatkan bentuk estimasi model *fit* dari *Structural Equation Modeling* (SEM) terhadap analisis kepuasan pengunjung di PAP Guci.

## 2. VARIABEL PENELITIAN

Menurut Hill (1999) dalam buku Tjiptono (2008), kepuasan pelanggan merupakan ukuran kinerja produk total sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan. Apabila apa yang diharapkan pengunjung terpenuhi maka akan puas dan apabila harapan tidak terpenuhi maka pengunjung tidak puas. Dimensi pada kualitas produk (KPU) yaitu Kepuasan menyeluruh (KPU1), sesuai harapan (KPU2), dan pegawai (KPU3).

Produk adalah segala sesuatu hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, diambil, digunakan, atau dikonsumsi, sehingga dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan (Kotler, 2002). Menurut Poerwanto (2004) kualitas produk (KP) memiliki 7 dimensi yaitu atraksi (KP1), informasi (KP2), fasilitas (KP3), aksesibilitas (KP4), sumber daya manusia (KP5), kualitas layanan (KL) dan kebersihan (KP6). Dalam buku Tjiptono (2008), Parasuraman, Zeithal, dan Berry menjelaskan dimensi kualitas layanan yaitu reliabilitas (KL1), daya tanggap (KL2), jaminan (KL3), empati (KL4), dan bukti fisik (KL5).

Harga produk pariwisata adalah jumlah harga komponen-komponennya. Wisatawan akan mengunjungi suatu pariwisata tergantung dari kemampuannya. Harga disesuaikan dengan produk wisata. Harga produk wisata sangat tinggi elastisitasnya, maksudnya yaitu untuk perjalanan wisata ke suatu tujuan yang sama dengan waktu perjalanan yang sama lamanya, ada bermacam-macam harga. Dimensi dari harga (H) yaitu keterjangkauan harga (H1), kesesuaian (H2), dan perbandingan (H3).

Minat ulang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pengulangan kembali untuk waktu yang akan datang. Menurut Ferdinand (2002), minat beli ulang dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator minat transaksional (MU1), referensial (MU2), preferensial (MU3), eksploratif (MU4).

## 3. SECOND ORDER CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS PADA STRUCTURAL EQUATION MODELING

*Second order confirmatory factor analysis* adalah bentuk model pengukuran dalam SEM yang terdiri dari 2 tingkat yang menunjukkan hubungan antara variabel-variabel laten pada tingkat pertama sebagai indikator-indikator dari sebuah variabel laten tingkat kedua. Notasi matematik dari *Hybrid Model* secara umum (struktural) sebagai berikut:

$$\eta = \mathbf{B}\eta + \mathbf{\Gamma}\xi + \zeta \quad (1)$$

Model pengukuran sebagai berikut:

$$\mathbf{y} = \mathbf{\Lambda}_y\eta + \varepsilon \quad (2)$$

$$\mathbf{x} = \mathbf{\Lambda}_x\xi + \delta \quad (3)$$

Menurut Bollen (1989), hubungan antara *first*, *second* dan *higher order factors* dapat ditunjukkan melalui Persamaan (1). Komponen  $\mathbf{\Gamma}\xi$  pada Persamaan (1) tidak dibutuhkan jika *higher order factors* sebagai bagian dari  $\eta$  dengan koefisien masing-masing di  $\mathbf{B}$ . Sebagai alternatifnya, komponen  $\mathbf{B}\eta$  pada Persamaan (1) dihapus jika hanya diperlukan *second order factor* dan tidak ada faktor tingkat pertama yang mempunyai efek langsung satu sama lain ( $x=0$ ). *First order factors loading* dari  $\eta$  pada  $\mathbf{y}$  yaitu  $\mathbf{\Lambda}_y$ .

Menurut Hair *et al.* (2005), tahap-tahap pemodelan dan analisis persamaan struktural sebagai berikut:

- 1) Pengembangan Model Berbasis Teori didasarkan pada hubungan kausalitas. Kuatnya hubungan kausalitas terletak pada justifikasi (pembenaran) secara teoritis untuk mendukung analisis.
- 2) Menyusun Diagram *path* yang digunakan untuk memudahkan dalam menggambar hubungan langsung atau tidak langsung.
- 3) Menyusun Model Persamaan Struktural dan Model Pengukuran
- 4) Memilih Matriks Input dan Estimasi Model. SEM menggunakan data input berupa matriks varian kovarian atau matriks korelasi. Menurut Hair *et al.* (2005), umumnya estimasi SEM menggunakan prosedur *Maximum Likelihood Estimation (MLE)*. Prosedur ini umum digunakan karena lebih mudah dan tidak bias asalkan asumsi normalitas terpenuhi. Fungsi *likelihood*-nya sebagai berikut:

$$F_{ML} = \log|\Sigma(\theta)| + \text{tr}(S\Sigma^{-1}(\theta)) - \log|S| - (p + q) \quad (4)$$

Dengan  $\theta$  adalah vektor yang berisi parameter model,  $\Sigma(\theta)$  adalah matriks kovarian populasi yang ditulis sebagai fungsi  $\theta$ ,  $S$  adalah Matriks kovarian sampel.

- 5) Menilai Identifikasi Model Struktural

Ada tiga kemungkinan yang terjadi terhadap model SEM sebagai berikut:

1. Model *unidentified* (tidak dapat diidentifikasi) jika nilai  $t > \frac{s}{2}$
2. Model *just identified* (sudah teridentifikasi, solusi jelas) jika nilai  $t = \frac{s}{2}$
3. Model *over identified* (model teridentifikasi walaupun tidak diketahui solusi terbaik) jika nilai  $t < \frac{s}{2}$

Dengan  $t$  adalah banyaknya parameter bebas di  $\theta$  dan  $s = (p + q)(p + q + 1)$ .

- 6) Evaluasi Kriteria Model Terbaik

Asumsi-asumsi model persamaan struktural sebagai berikut:

- a) Ukuran Sampel

Minimal ukuran sampel dalam penelitian 100-200 sampel (Hair *et al.*, 2005).

- b) Normalitas

Menurut Conover (1980), pemeriksaan asumsi normalitas menggunakan uji sampel Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:

Asumsi:

Data terdiri atas hasil pengamatan bebas  $x=(x_1, x_2, \dots, x_n)$  yang merupakan sebuah sampel acak yang berukuran  $n$  dari suatu fungsi distribusi yang belum diketahui dan dinyatakan dengan  $F(x)$ .

Hipotesis:

Jika mengandalkan  $F_0(x)$  sebagai fungsi distribusi yang dihipotesiskan (fungsi peluang kumulatif), maka dapat dinyatakan hipotesis nol dan hipotesis tandingannya.

$H_0: F(x) = F_0(x)$  untuk semua nilai  $x$

$H_1: F(x) \neq F_0(x)$  untuk sekurang-kurangnya sebuah nilai  $x$

Statistik Uji:

Jika  $S(x)$  menyatakan fungsi distribusi sampel maka  $S(x)$  adalah fungsi peluang kumulatif yang dihitung data-data sampel.

$S(x) =$  proporsi nilai-nilai pengamatan dalam sampel yang kurang dari atau sama dengan  $x$

$=$  (banyaknya nilai pengamatan yang kurang dari atau sama dengan  $x$ )/ $n$

$D = \sup_x |S(x) - F_0(x)| \quad (5)$

$D:$  Supremum untuk semua  $x$ , dari nilai mutlak beda  $S(x) - F_0(x)$

Apabila kedua fungsi tersebut disajikan secara grafik maka D adalah jarak vertikal terjauh antara  $S(x)$  dan  $F_0(x)$ .

Kriteria uji:

Tolak  $H_0$  pada taraf nyata  $\alpha$  jika statistik uji D lebih besar D-tabel

c) Pencilan

Pencilan merupakan pengamatan yang muncul dengan nilai ekstrim karena kombinasi karakteristik yang unik dan terlihat sangat jauh dari nilai-nilainya. Pengujian data pencilan tidak perlu dilakukan jika model sudah dianggap distribusi normal multivariat (Santoso, 2002).

d) Multikolinieritas

Multikolinieritas dapat dideteksi dari determinan matriks kovarian sampel. Apabila nilai determinan matriks kovarian sampel sangat kecil atau mendekati nol maka terjadi multikolinieritas.

Jika asumsi SEM terpenuhi selanjutnya melihat ada tidaknya *offending estimate*.

Contoh *offending estimate* yaitu varian error negatif atau *non-signifikan error variance*. Jika terjadi maka menetapkan varian error ke nilai positif yang sangat kecil misalnya 0,005 atau 0,001. Menurut Hair *et al.* (2005), evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

1) Kecocokan model pengukuran

Analisis yang digunakan yaitu *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yang dilakukan secara terpisah melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Salah satu uji validitas yang dipakai yaitu *convergen validity*. Pengukurannya menggunakan *standard loading factor*  $\geq 0,5$  (Hair *et al.*, 2005). Selain itu, pengujian bisa menggunakan uji z atau C.R  $\geq 1,96$  pada tingkat signifikansi 5%. Pendekatan yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam SEM adalah *construct-reliability*.

$$\text{Construct-reliability} = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{\sum (\lambda_i)^2 + \sum \epsilon_i} \quad (6)$$

Dengan *Standardized loading* ( $\lambda_i$ ) dan kesalahan dari *standardized loading* ( $\epsilon_i$ ). Sebuah konstruk mempunyai reliabilitas yang baik jika nilai *construct-reliability*  $\geq 0,7$ . Reliabilitas diantara 0,6 dan 0,7 bisa diterima dengan syarat indikator yang lain dari validitas kostruk valid (Hair *et al.*, 2005).

2) Kecocokan keseluruhan model

Pengukuran *Goodness Of Fit Indices* (GOFI) dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu ukuran kecocokan absolut ( $\chi^2$ , *Goodness of Fit Index* (GFI), *Expected Cross Validation Index* (ECVI) dan *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA)), ukuran kecocokan incremental (*Tucker-Lewis Index* (TLI), *Normed Fit Index* (NFI), *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI), *Incremental Fit Index* (IFI), *Comparative Fit Index* (CFI)), dan ukuran kecocokan parsimony (*Parsimoni Normed of Fit Index* (PNFI), dan *Akaike Information Criterion* (AIC)).

3) Kecocokan model struktural

Hipotesis:

$H_0$ :  $\beta_j = 0$ , parameter  $\beta$  tidak signifikan

$H_1$ :  $\beta_j \neq 0$ , parameter  $\beta$  signifikan

dengan  $j=1,2,\dots,k$  ;  $k$  : Banyaknya hubungan antar variabel laten

Tingkat Signifikansi:  $\alpha$

Statistik Uji:

Probabilitas atau *z-test*

$$z - test = \frac{\hat{\beta}_j}{Se(\hat{\beta}_j)} \quad \text{dengan } Se(\hat{\beta}_j) = \sqrt{\text{var}(\hat{\beta}_j)} \quad (7)$$

Kriteria Uji:

Tolak  $H_0$  jika  $|z_{hitung}| > z_{tabel}$  ( $z_{tabel} = z_{(1-\alpha/2, n-k-1)}$ ) atau probabilitas  $< \alpha$

#### 7) Interpretasi Model

Ketika model dikatakan baik maka proses selanjutnya yaitu interpretasi terhadap analisis *direct effect*, *indirect effect*, dan *total effect*. Ketika model dikatakan buruk maka diperlukan modifikasi model. Modifikasi dari model awal harus dilakukan setelah dilakukan banyak pertimbangan dan disesuaikan dengan justifikasi teori.

## 4. METODOLOGI PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung dengan wawancara. Penelitian dilaksanakan 2 minggu terhitung dari tanggal 24 September hingga 8 Oktober 2013 dan berlangsung di sekitar PAP Guci. Langkah-langkah dalam melaksanakan analisis data sebagai berikut:

- Menganalisis asumsi-asumsi SEM yaitu jumlah sampel, data normal multivariat, tidak ada pencilan dan tidak ada multikolinieritas. Jika tidak terpenuhi dilakukan perbaikan.
- Menganalisis faktor-faktor tiap variable. Analisis yang digunakan yaitu analisis konfirmatori orde 2 pada variabel kualitas layanan, kualitas produk, harga, kepuasan pengunjung dan minat ulang. Jika tidak terpenuhi maka menghilangkan indikator.
- Tahap-tahap pemodelan dan analisis persamaan struktural.
- Membuat hasil dan pembahasan sehingga diperoleh model yang optimal. Selanjutnya mengambil kesimpulan dari penelitian.

## 5. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

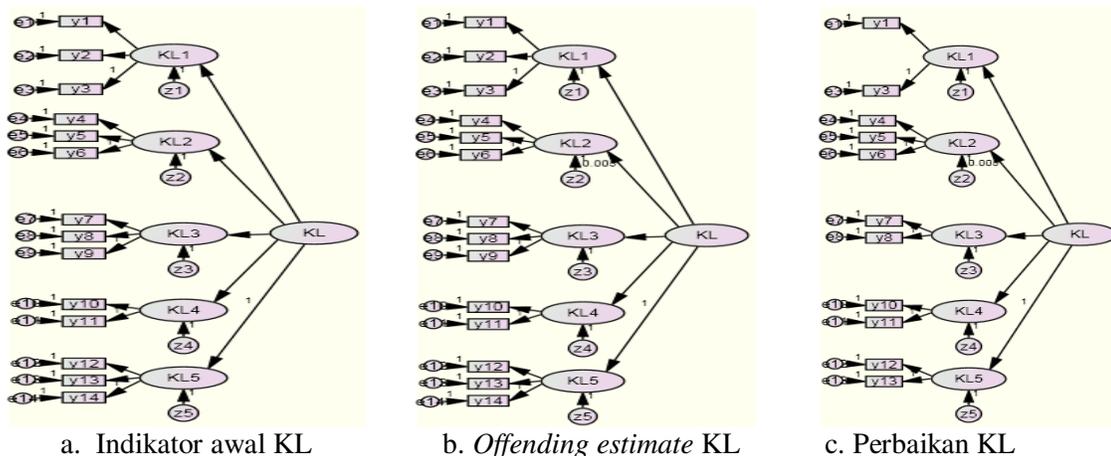
### 5.1. Asumsi SEM

Berdasarkan hasil yang diperoleh asumsi-asumsi SEM sebagai berikut:

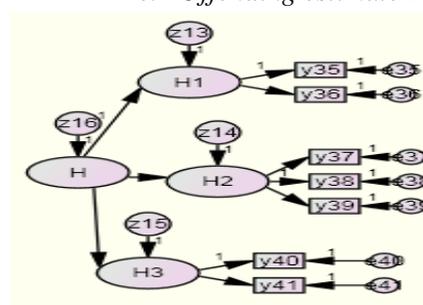
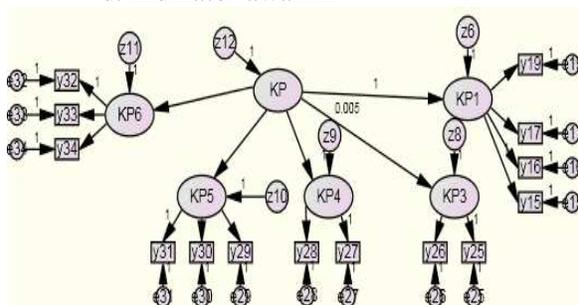
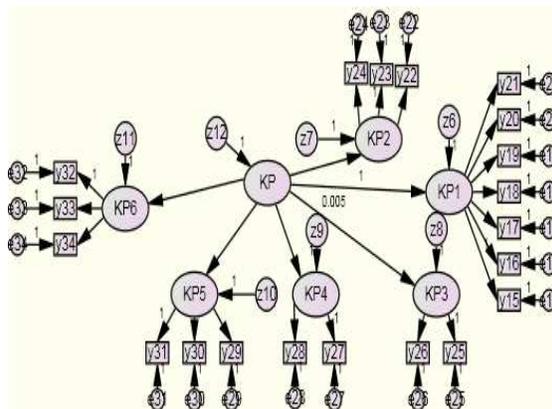
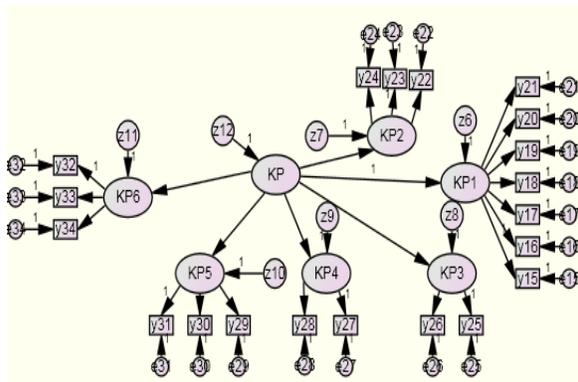
Asumsi	Hasil	Kesimpulan
Ukuran sampel	130 sampel	Terpenuhi
Normalitas multivariat	$P\text{-value } (0,0709) > 5\%$ dan $(D=0,1133) < (D - \text{tabel} = \frac{1,36}{\sqrt{n}} = \frac{1,36}{\sqrt{130}} = 0,119)$	Terpenuhi
Bebas pencilan	Ada data dengan jarak mahalnobis lebih besar dari 69,832, tetapi jarak tersebut masih bisa ditoleransi karena normal multivariat terpenuhi (Santoso, 2002).	Terpenuhi
Tidak multikolinieritas	$\text{Determinant of sample covariance matrix} = 203,551$	Terpenuhi

### 5.2. Analisis Faktor Konfirmatori

Pengujian validitas pada kualitas layanan diperoleh pada Gambar a pada masing-masing faktor yaitu KL1, KL2, KL3, KL4 dan KL5. Pada Gambar b terjadi *Offending estimate* sehingga menetapkan varian eror ke nilai positif yang sangat kecil misalnya 0,005. Nilai *standard loading factor* menunjukkan  $y_2$  (0,403),  $y_9$  (0,454),  $y_{14}$  (0,460)  $\leq 0,50$  maka indikator tersebut dihilangkan untuk proses selanjutnya sehingga diperoleh Gambar c dan uji validitas terpenuhi.

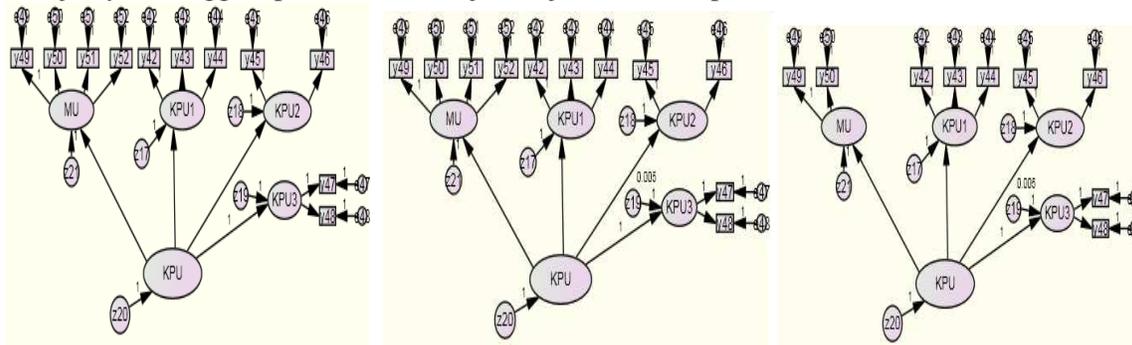


Pengujian validitas pada kualitas produk diperoleh pada Gambar d pada masing-masing faktor yaitu KP1, KP2, KP3, KP4, KP5 dan KP6. Pada Gambar e terjadi *Offending estimate* sehingga menetapkan varian error ke nilai positif yang sangat kecil misalnya 0,005. Nilai *standard loading factor* menunjukkan *factor* y18 (0,446), y20 (0,481), y21 (0,437), y22 (0,397), dan y23 (0,360)  $\leq 0,50$  maka indikator tersebut dihilangkan untuk proses selanjutnya sehingga diperoleh Gambar f dan uji validitas terpenuhi. Pengujian validitas pada harga diperoleh pada Gambar g pada masing-masing faktor yaitu H1, H2, dan H3. Semua validitas pada masing-masing faktor harga terpenuhi.



Pengujian validitas pada kualitas layanan diperoleh pada Gambar h pada masing-masing faktor yaitu KPU1, KPU2, dan KPU3. Pada Gambar i terjadi *Offending estimate* sehingga menetapkan varian error ke nilai positif yang sangat kecil misalnya 0,005. Nilai *standard loading factor*

menunjukkan  $y_{51}(0,4)$  dan  $y_{52}(0,327) \leq 0,50$  maka indikator tersebut dihilangkan untuk proses selanjutnya sehingga diperoleh Gambar j dan uji validitas terpenuhi.



h. Indikator awal KL

i. *Offending estimate* KL

j. Perbaikan KL

Pengujian selanjutnya yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas pada masing-masing faktor terpenuhi dengan nilai *construct-reliability* sebagai berikut:

	<i>construct-reliability</i>		<i>construct-reliability</i>		<i>construct-reliability</i>		<i>construct-reliability</i>
KL	0,9	KP	0,9	H	0,9	KPU	0,9
KL1	0,6	KP1	0,8	H1	0,7	KPU1	0,8
KL2	0,6	KP3	0,8	H2	0,9	KPU2	0,9
KL3	0,8	KP4	0,6	H3	0,9	KPU3	0,8
KL4	0,6	KP5	0,8			MU	0,6
KL5	0,7	KP6	0,8				

### 5.3. Tahap-tahap Pemodelan dalam SEM

Tahap-tahap pemodelan dan analisis persamaan struktural pada penelitian sebagai berikut:

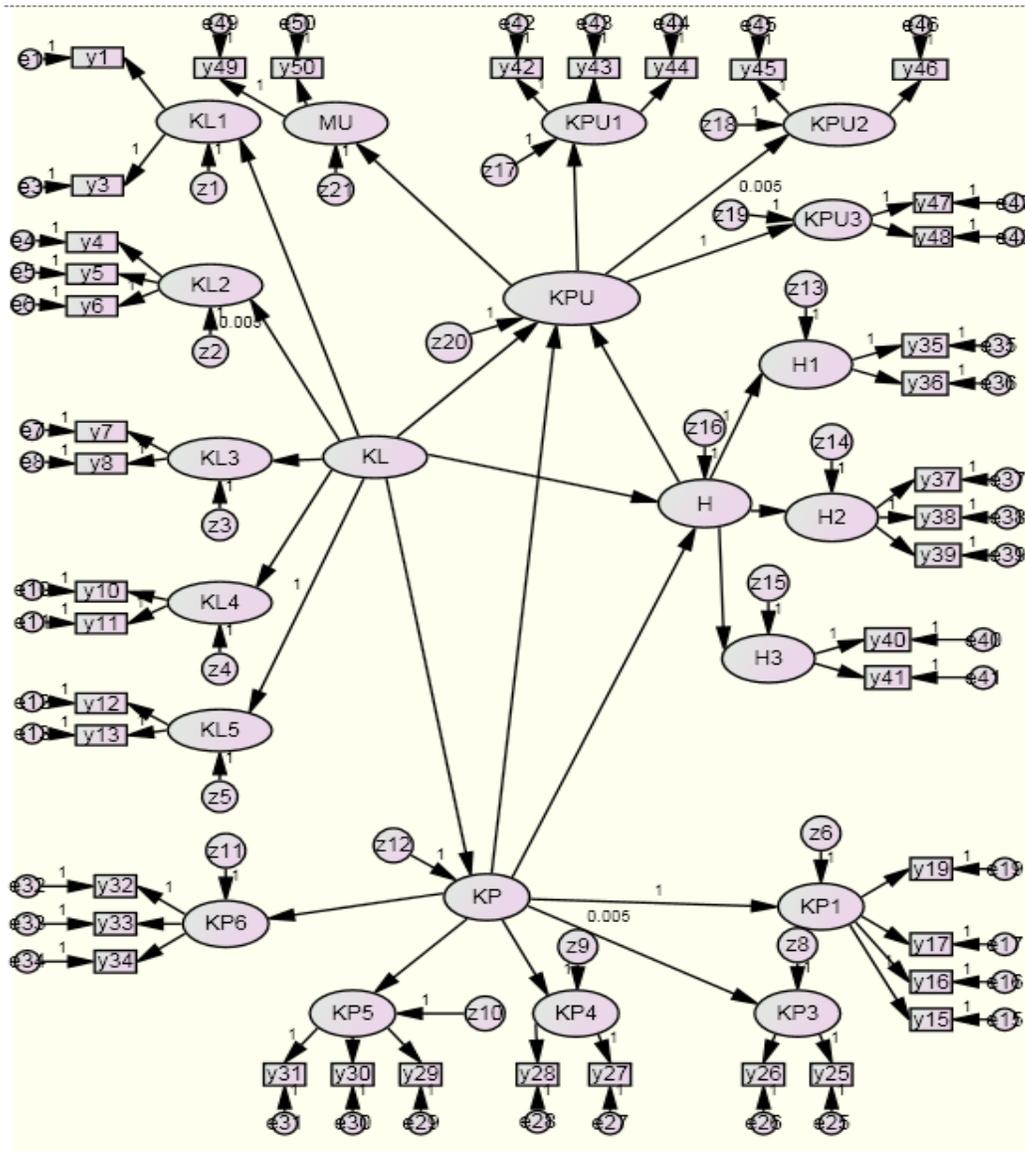
- 1) Teori yang menjadi acuan yaitu dalam jurnal Hidayat (2009) kepuasan pelanggan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan 5 (lima) dimensi spesifik dari layanan dan Zeithaml dan Bitner (1996) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan lebih eksklusif yang dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia. Ferdinand (2002) berpendapat bahwa kepuasan pengunjung mempengaruhi minat beli ulang. Dalam suatu bisnis pariwisata maka minat beli ulang sama dengan minat mengunjungi kembali.
- 2) Menyusun diagram *path* pada masing-masing variabel seperti Gambar k.
- 3) Model Persamaan Struktural dan Model Pengukuran sebagai berikut :

a). Model pengukuran:

$$\begin{array}{llll}
 y_1 = \lambda_1 KL_1 + \varepsilon_1 & y_{13} = \lambda_{13} KL_5 + \varepsilon_{13} & y_{30} = \lambda_{30} KP_5 + \varepsilon_{30} & y_{40} = \lambda_{40} H_3 + \varepsilon_{40} \\
 y_3 = \lambda_3 KL_1 + \varepsilon_3 & y_{15} = \lambda_{15} KP_1 + \varepsilon_{15} & y_{31} = \lambda_{31} KP_5 + \varepsilon_{31} & y_{41} = \lambda_{41} H_3 + \varepsilon_{41} \\
 y_4 = \lambda_4 KL_2 + \varepsilon_4 & y_{16} = \lambda_{16} KP_1 + \varepsilon_{16} & y_{32} = \lambda_{32} KP_6 + \varepsilon_{32} & y_{42} = \lambda_{42} KPU_1 + \varepsilon_{42} \\
 y_5 = \lambda_5 KL_2 + \varepsilon_5 & y_{17} = \lambda_{17} KP_1 + \varepsilon_{17} & y_{33} = \lambda_{33} KP_6 + \varepsilon_{33} & y_{43} = \lambda_{43} KPU_1 + \varepsilon_{43} \\
 y_6 = \lambda_6 KL_2 + \varepsilon_6 & y_{19} = \lambda_{19} KP_1 + \varepsilon_{19} & y_{34} = \lambda_{34} KP_6 + \varepsilon_{34} & y_{44} = \lambda_{44} KPU_1 + \varepsilon_{44} \\
 y_7 = \lambda_7 KL_3 + \varepsilon_7 & y_{25} = \lambda_{25} KP_3 + \varepsilon_{25} & y_{35} = \lambda_{35} H_1 + \varepsilon_{35} & y_{45} = \lambda_{45} KPU_2 + \varepsilon_{45} \\
 y_8 = \lambda_8 KL_3 + \varepsilon_8 & y_{26} = \lambda_{26} KP_3 + \varepsilon_{26} & y_{36} = \lambda_{36} H_1 + \varepsilon_{36} & y_{46} = \lambda_{46} KPU_2 + \varepsilon_{46} \\
 y_{10} = \lambda_{10} KL_4 + \varepsilon_{10} & y_{27} = \lambda_{27} KP_4 + \varepsilon_{27} & y_{37} = \lambda_{37} H_2 + \varepsilon_{37} & y_{47} = \lambda_{47} KPU_3 + \varepsilon_{47} \\
 y_{11} = \lambda_{11} KL_4 + \varepsilon_{11} & y_{28} = \lambda_{28} KP_4 + \varepsilon_{28} & y_{38} = \lambda_{38} H_2 + \varepsilon_{38} & y_{48} = \lambda_{48} KPU_3 + \varepsilon_{48} \\
 y_{12} = \lambda_{12} KL_5 + \varepsilon_{12} & y_{29} = \lambda_{29} KP_5 + \varepsilon_{29} & y_{39} = \lambda_{39} H_2 + \varepsilon_{39} & y_{49} = \lambda_{49} MU + \varepsilon_{49} \\
 & & & y_{50} = \lambda_{50} MU + \varepsilon_{50}
 \end{array}$$

b). Model struktural:

$$\begin{array}{llll}
 KL1 = \gamma_1 KL + \zeta_1 & KP1 = \beta_1 KP + \zeta_6 & H1 = \beta_7 H + \zeta_{13} & KPU3 = \beta_{12} KPU + \zeta_{19} \\
 KL2 = \gamma_2 KL + \zeta_2 & KP3 = \beta_3 KP + \zeta_8 & H2 = \beta_8 H + \zeta_{14} & KP = \gamma_6 KL + \zeta_{12} \\
 KL3 = \gamma_3 KL + \zeta_3 & KP4 = \beta_4 KP + \zeta_9 & H3 = \beta_9 H + \zeta_{15} & H = \gamma_7 KL + \beta_{13} KP + \zeta_{16} \\
 KL4 = \gamma_4 KL + \zeta_4 & KP5 = \beta_5 KP + \zeta_{10} & KPU1 = \beta_{10} KPU + \zeta_{17} & KPU = \gamma_8 KL + \beta_{14} KP + \beta_{15} H + \zeta_{20} \\
 KL5 = \gamma_5 KL + \zeta_5 & KP6 = \beta_6 KP + \zeta_{11} & KPU2 = \beta_{11} KPU + \zeta_{18} & MU = \beta_{16} KPU + \zeta_{21}
 \end{array}$$



k. Diagram Jalur Semua Model

- 4) Data Input yang digunakan yaitu data mentah dan Estimasi Model menggunakan prosedur *Maximum Likelihood Estimation (MLE)*.
- 5) Diperoleh p sebanyak 41 sampel, q sebanyak 0 sampel sehingga  $s:(0+41)*(0+41+1)=1722$ ,  $t\text{-rule}(102) < (\frac{s}{2} = \frac{1722}{2} = 861)$  sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan model teridentifikasi.

- 6) Evaluasi kriteria model diperoleh 4 ukuran buruk, 3 ukuran marginal atau dapat dipertimbangkan, dan 5 ukuran baik sehingga kecocokan keseluruhan model baik dengan hasil *Goodness of Fit (GOF)* sebagai berikut :

Ukuran GOF	Target Tingkat Kecocokan	Hasil Estimasi	Tingkat Kecocokan
Chi-square	Nilai yang kecil	$\chi^2=1246,807$	Buruk
P	$P > 0,05$	$P=0,00$	
RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,071	Baik
ECVI	Nilai yang kecil dan dekat dengan ECVI <i>saturated</i>	$M^*=11,247$ $S^*=13,349$ $I^*=28,648$	Baik
AIC	Nilai yang kecil dan dekat dengan ECVI <i>saturated</i>	$M^*=1450,807$ $S^*=1722,000$ $I^*=3695,641$	Baik
PNFI	Angka PNFI berada di 0-1	0,606	Baik
PCFI	Angka PCFI berada di 0-1	0,764	Baik
TLI	$TLI \geq 0,90$	0,811	Marginal
NFI	$NFI \geq 0,90$	0,655	Buruk
CFI	$CFI \geq 0,90$	0,825	Marginal
IFI	$IFI \geq 0,90$	0,829	Marginal
GFI	$GFI \geq 0,90$	0,711	Buruk
AGFI	$AGFI \geq 0,90$	0,672	Buruk

Uji model struktural pada masing-masing variabel sebagai berikut:

	Parameter	C.R.	P	Hipotesis	Kesimpulan
KPU ← KP	Hipotesis 1 ( $\beta_{14}$ )	-0,456	0,648	Ho diterima	Tidak signifikan
KPU ← KL	Hipotesis 2 ( $\gamma_8$ )	1,182	0,237	Ho diterima	Tidak signifikan
H ← KP	Hipotesis 3 ( $\beta_{13}$ )	3,750	***	Ho ditolak	Signifikan
KP ← KL	Hipotesis 4 ( $\gamma_6$ )	3,334	***	Ho ditolak	Signifikan
H ← KL	Hipotesis 5 ( $\gamma_7$ )	1,670	0,095	Ho diterima	Tidak signifikan
KPU ← H	Hipotesis 6 ( $\beta_{15}$ )	2,046	0,041	Ho ditolak	Signifikan
MU ← KP	Hipotesis 7 ( $\beta_{16}$ )	4,145	***	Ho ditolak	Signifikan

- 7) Kecocokan keseluruhan model baik sehingga dilakukan analisis pengaruh total, pengaruh tidak langsung dan pengaruh langsung dengan hasil sebagai berikut:

	KP6	KP	H	KPU
KP	0,713			
H	0,763	0,790		
KPU	0,794	0,598	0,987	
MU	0,589	0,444	0,732	0,742

Total effect diperoleh dari penjumlahan *direct effect* dan *indirect effect*. Total effect pada kualitas layanan mempengaruhi harga sebesar  $0,200+0,563=0,763$  terstandarkan, kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pengunjung sebesar  $0,171+0,624=0,795$  terstandarkan, kualitas produk mempengaruhi kepuasan pengunjung sebesar  $-0,182+0,780=0,598$  terstandarkan . kualitas layanan mempengaruhi kualitas produk secara langsung sebesar 0,713

terstandarkan, kualitas layanan mempengaruhi harga secara langsung sebesar 0,200 terstandarkan, kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pengunjung secara langsung sebesar 0,171 terstandarkan, kualitas produk mempengaruhi harga secara langsung sebesar 0,790 terstandarkan, kualitas produk mempengaruhi kepuasan pengunjung secara langsung sebesar -0,182 terstandarkan, harga mempengaruhi kepuasan pengunjung secara langsung sebesar 0,987 terstandarkan, kepuasan pengunjung mempengaruhi minat ulang secara langsung sebesar 0,742 terstandarkan. Pengaruh tidak langsung tiap variabel diperoleh dari perkalian antar variabel dari pengaruh langsung kualitas layanan mempengaruhi secara tidak langsung pada harga melalui kualitas produk yaitu sebesar  $0,713 \times 0,79 = 0,563$  terstandarkan.

## 6. KESIMPULAN

Variabel yang tidak signifikan yaitu KPU dengan KP, KPU dengan KL, dan H dengan KP. Variabel yang signifikan yaitu H dengan KP, KP dengan KI, KPU dengan H dan MU dengan KP. *R-square* pada masing-masing model struktural yaitu pada 50,8% dari variabel laten kualitas produk dijelaskan oleh variabel laten kualitas layanan. Pada 89% dari variabel laten harga dijelaskan oleh variabel laten kualitas produk dan kualitas layanan. Pada 91,4% dari variabel laten kepuasan pengunjung dijelaskan oleh variabel laten kualitas produk, kualitas layanan dan harga. Pada 55% dari variabel laten minat ulang dijelaskan oleh variabel laten kepuasan pengunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bollen, K.A. 1989. *Structural Equation with Latent Variables*. New York: John Willey and Sons.
- BPS Kabupaten Tegal. 2012. *PDRB Kabupaten Tegal 2012*. Tegal: BPS.
- , 2011. *PDRB Kabupaten Tegal 2011*. Tegal: BPS.
- , 2008. *PDRB Kabupaten Tegal 2007-2008*. Tegal: BPS.
- , 2005. *PDRB Kabupaten Tegal 2005*. Tegal: BPS.
- , 2002. *PDRB Kabupaten Tegal 2002*. Tegal: BPS.
- Conover, W.J. 1980. *Practical Nonparametric Statistics*. 2<sup>nd</sup> Edition. New York: John Willey and Sons.
- Ferdinand, A. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., W.C. Black, B.J. Babin, R.F. Anderson dan R.L. Tatham. 2005. *Multivariate Data Analysis*. Sixth Edition. New Jersey: Prentice hall, Inc.
- Hidayat, Rachmad. 2009. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 11, No. 1, hal. 59-72. Madura: Universitas Trunojoyo.
- Kotler, P. 2002. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*. Buku 2 (ed.2). Jhon Bowen, penerjemah. Jakarta: Prenhallindo. Terjemahan dari: *Marketing for Hospitality and Tourism*.
- , 2002. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*. Buku 1 (ed.2). Jhon Bowen, penerjemah. Jakarta: Prenhallindo. Terjemahan dari: *Marketing for Hospitality and Tourism*. 2n..
- Poerwanto. 2004. "Analisis Kesan Wisatawan terhadap Dimensi Kualitas Produk Wisata". *Jurnal Ilmiah Pariwisata STP Trisakti*. Volume 9, No. 1, hal. 76-87. Surabaya: Universitas Jember.
- Santoso, S. 2002. *Analisis SEM menggunakan AMOS*. Jakarta: Gramedia.
- Tjiptono, F. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.