

**PENGARUH FASILITAS , KUALITAS PELAYANAN DAN PERAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG WISATAWAN
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA TAMAN WISATA ALAM 17 PULAU
DI KECAMATAN RIUNG KABUPATEN NGADA)**

TESIS



OLEH

YOHANES RONALDO DHEO RATO
NIM : 8112201058 MM

**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2023**

SERTIFIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yohanes Ronaldo Dheo Rato.

NIM : 8112201058MM.

Program Studi : Magister Manajemen.

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran.

Judul : Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Peran Media Sosial terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. Menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah disampaikan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandira Kupang maupun pada perguruan tinggi lainnya. Karya tulis ini adalah milik saya, karena itu kebenarannya menjadi tanggung jawab saya. Demikian pernyataan ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 05 Juni 2023

Peneliti



Yohanes Ronaldo Dheo Rato

TESIS
PENGARUH FASILITAS , KUALITAS PELAYANAN DAN PERAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG
WISATAWAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA TAMAN WISATA ALAM 17 PULAU DI KECAMATAN
RIUNG KABUPATEN NGADA)

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister Manajemen

Oleh

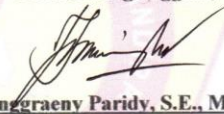
Nama : Yohanes Ronaldo Dheo Rato
NIM : 8112201058 MM

Telah Disetujui Oleh

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,


Dr. Simon Sia Niha, S.E., M.Si
NIDN : 0818116101


Anggraeny Paridy, S.E., M.Si
NIDN : 0011036501

Kupang, Juni 2023

Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandira

Ketua Program Studi,


Dr. Simon Sia Niha, S.E., M.Si
NIDN : 0818116101

TESIS

**PENGARUH FASILITAS , KUALITAS PELAYANAN DAN PERAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG WISATAWAN
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh

Nama : Yohanes Ronaldo Dheo Rato

NIM : 8112201058MM


Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal: Juni 2023

Dan dinyatakan LULUS

Dewan Penguji

Ketua


(Dr. Simon Sia Niha, SE., M.Si)
NIDN. 081202601

Sekretaris

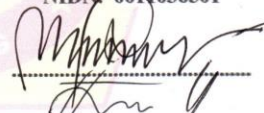
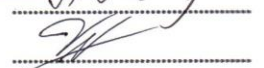

(Anggraeny Paridy, S.E., M.Si)
NIDN. 0011036501

Anggota:

1. Dr. Simon Sia Niha, SE., M.Si

2. Pater Dr. Philipus Tule, SVD

3. Drs. Ec Gaudensius Djuang, M.M

Kupang, Juni 2023

Mengesahkan :


Dekan,

Dr. M. E. Perseveranda, SE., M.Si
NIDN: 0819066703


Ketua Program Studi,

Dr. Simon Sia Niha, SE., M.Si
NIDN : 0818116101

MOTTO

“Haz algo hoy por lo que tu yo futuro te lo agradecerá. Arriégate o pierde la oportunidad.”.

(Lakukan sesuatu hari ini yang mana kita akan berterima kasih padanya di masa depan nanti. Ambil kesempatan atau kehilangan kesempatan)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa dan Bunda Maria, Tesis ini saya persembahkan untuk :

Bapak Marianus Rato, S.E dan Ibu Veronika Wawo, S.Pd, M.Pd Serta adik Maria Julietta Candelaria Ngada Rato, S.Ked dan Alexandro Bonefasius Kadju Rato yang tak henti-hentinya selalu mendoakan, memberikan motivasi, dukungan dan kasih sayang yang tidak dapat dibalas dengan apapun.

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Peran Media Sosial terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi” oleh Yohanes Ronaldo Dheo Rato, NIM 8112201058MM, di bawah bimbingan Dr. Simon Sia Niha, S.E., M.Si dan Anggraeny Paridy, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) persepsi wisatawan terhadap pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, peran media sosial, kepuasan wisatawan dan minat kunjung ulang (2) signifikansi pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan peran media sosial secara parsial terhadap minat kunjung ulang, (3) signifikansi pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan peran media sosial secara parsial terhadap kepuasan wisatawan, (4) signifikansi pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat kunjung ulang, dan (5) signifikansi kepuasan wisatawan memediasi pengaruh fasilitas, kepuasan wisatawan, dan peran media sosial terhadap minat kunjung ulang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan non-probabilitas dengan menggunakan metode *accidental sampling* dengan sampel sebanyak 90 responden dan pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan statistik inferensial menggunakan software Smart PLS versi 3.0.

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa capaian indikator variabel fasilitas sebesar 72%, kualitas pelayanan sebesar 71%, media sosial sebesar 70%, minat kunjung ulang sebesar 69%, dan kepuasan wisatawan sebesar 69%. Kelima variabel ini dikategorikan dalam kategori baik. Hasil analisis statistik inferensial menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung ulang. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang. Media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung ulang. Fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang. Kepuasan wisatawan mampu memediasi pengaruh fasilitas terhadap minat kunjung ulang. Kepuasan wisatawan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjung ulang. Kepuasan wisatawan tidak mampu memediasi pengaruh media sosial terhadap minat kunjung ulang.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada pemerintah lebih memperhatikan pelayanan pariwisata dengan menerapkan pelatihan bagi para pelaku usaha, memperbaiki akses-akses maupun kebutuhan-kebutuhan konsumen agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan pariwisata

Kata Kunci: Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Peran Media Sosial, Minat Kunjung Ulang.

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Facilities, Service Quality and Role of Social Media on Tourist Return Interest with Satisfaction as a Mediation Variable" by Yohanes Ronaldo Dheo Rato, NIM 8112201058MM, under the guidance of Dr. Simon Sia Niha, S.E., M.Si and Anggraeny Paridy, S.E., M.Si.

This study aims to determine (1) tourist perceptions of the influence of facilities, service quality, the role of social media, tourist satisfaction and intention to return (2) the significance of the influence of facilities, service quality and the role of social media partially on intention to return, (3) the significance of the effect of facilities, service quality and the role of social media partially on tourist satisfaction, (4) the significance of the effect of tourist satisfaction on repeat intention, and (5) the significance of tourist satisfaction mediates the effect of facilities, tourist satisfaction, and the role of social media on repeat intention .

This type of research is quantitative research. The sampling technique used is non-probability using the accidental sampling method with a sample of 90 respondents and data collection through a questionnaire. Data analysis techniques in this study were descriptive statistics and inferential statistics using Smart PLS version 3.0 software.

The results of the descriptive statistical analysis show that the achievement indicators for the variable facilities are 72%, service quality is 71%, social media is 70%, intention to return is 69%, and tourist satisfaction is 69%. These five variables are categorized in the good category. The results of the inferential statistical analysis show that facilities have a positive and significant influence on intention to return. Service quality has no significant effect on intention to return. Social media has a positive and significant influence on intention to revisit. Facilities have a positive and significant impact on tourist satisfaction. Service quality has no significant effect on tourist satisfaction. Social media has a positive and significant influence on tourist satisfaction. Tourist satisfaction has no significant effect on intention to revisit. Tourist satisfaction is not able to mediate the influence of facilities on intention to return. Tourist satisfaction is not able to mediate the effect of service quality on intention to return. Tourist satisfaction is not able to mediate the influence of social media on intention to return.

Based on the research results, it is suggested to the government to pay more attention to tourism services by implementing training for business actors, improving access and consumer needs in order to increase the number of tourism visits.

Keywords: Facilities, Quality of Service, Role of Social Media, Interest in Repeat Visits.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penelitian tesis ini dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Peran Media Sosial terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi”. Tesis ini merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Pada proses penulisan tesis ini, mendapat banyak bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, dengan setulus hati disampaikan terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang dan sebagai penguji I yang telah memberi kesempatan untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang
2. Ibu Dr. M. E. Perseveranda, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Bapak Dr. Simon Sia Niha, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang dan sebagai Pembimbing Utama yang telah memberikan pelayanan akademik selama mengikuti proses perkuliahan dan proses penulisan tesis ini.

4. Ibu Dr. Henny A. Manafe, S.E., M.M, selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu memperlancar pengurusan administrasi serta memberikan arahan, saran kepada penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
5. Ibu Anggreany Paridy, S.E., M.Si sebagai Pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan, dan saran untuk menyelesaikan tesis ini.
6. Bapak Drs. Ec Gaudensius Djuang, M.M sebagai penguji yang dalam berbagai kesibukannya selalu menempatkan waktu untuk memberi bimbingan dan arahan serta motivasi dalam penyelesaian tesis ini..
7. Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada yang telah memberikan izin dan membantu dalam penyediaan data demi terselesainya penelitian ini.
8. Orang tua tercinta Bapak Marianus Rato, S.E dan Ibu Veronika Wawo, S.Pd, M.Pd Serta adik Maria Julietta Candelaria Ngada Rato, S.Ked dan Alexandro Bonefasius Kadju Rato yang selalu memberikan cinta, doa, nasehat dan motivasi tiada hentinya selama menyelesaikan penelitian ini.
9. Sahabat-sahabat tercinta yakni Adzedora Maria Lopes Da Cruz, Elis Ruchiyat, Maria Susana Elaman, Nofi Eltriana Radja, dan Patrichia Anika Amalo.
10. Teman-teman seperjuangan Magister Manajemen angkatan 35 terima kasih atas dukungan dan semangatnya.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan tesis ini, oleh karena itu sangat diharapkan kritik saran yang membangun dari pembaca. Kiranya tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian. Akhir kata diucapkan sekian dan terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	xi
SERTIFIKASI.....	ixi
HALAMAN PENGESAHAN	iiixi
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	vxi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xixi
DAFTAR GAMBAR	xixi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS.....	19
2.1 Telaah Pustaka.....	19
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.2 Minat Beli Ulang.....	20
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	26
2.1.4 Fasilitas	28
2.1.5 Kualitas pelayanan	33
2.1.6 Peran Media Sosial.....	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37

2.3	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	39
2.3.1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	39
2.3.2	Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Jenis Penelitian	43
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
3.3	Populasi dan Sampel	43
3.3.1	Populasi	43
3.3.2	Sampel.....	44
3.4	Identifikasi Variabel	44
3.4.1	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	44
3.4.2	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	44
3.4.3	Variabel Intervening (<i>Intervening Variable</i>)	44
3.5	Definisi Operasional Variabel	45
3.6	Jenis Data	47
3.6.1	Jenis Menurut Sifat Data.....	47
3.6.2	Jenis Data menurut sumber	47
3.7	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	48
3.7.1	Kuesioner	48
3.7.2	Dokumentasi	49
3.7.3	Wawancara.....	49
3.8	Teknik Analisis Data	49
3.8.1	Statistik Deskriptif	49
3.8.2	Statistik Inferensial.....	50

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1	Struktur Organisasi	57
4.1.2	Visi dan Misi	57
4.2	Hasil Penelitian.....	58
4.2.1	Karakteristik Responden	58
4.2.2	Analisis Statistik Deskriptif	64
4.2.3	Analisis Statistik Inferensial	66
4.3	Pembahasan	80
4.3.1	Pembahasan Analisis Statistik Deskriptif	81
4.3.2	Pembahasan Analisis Statistik Inferensial	86
4.4	Implikasi Hasil Penelitian	91
BAB V	PENUTUP.....	94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	95
	DAFTAR PUSTAKA.....	97
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara pada objek wisata 17 Pulau di Kecamatan Riung Kabupaten Ngada Provinsi NTT Tahun 2017-2021.....	8
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1. Defenisi Operasional.....	45
Tabel 3.2. Skala Pengukuran.....	49
Tabel 3.3. Kriteria Interpretasi	50
Tabel 4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan	60
Tabel 4.4. Variabel Fasilitas.....	62
Tabel 4.5. Variabel Kualitas Layanan.....	63
Tabel 4.6. Variabel Media Sosial	64
Tabel 4.7. Variabel Minat Kunjung Ulang.....	65
Tabel 4.8. Variabel Kepuasan Wisatawan	66
Tabel 4.9. Analisis Jalur Outer Model	68
Tabel 4.10. Nilai Average Variance Extracted (AVE)	70
Tabel 4.11. Nilai Validitas Diskriminan	70
Tabel 4.12. Nilai Composite Reliability	71
Tabel 4.13. Nilai Cronbach Alpha	72
Tabel 4.14. Nilai R ²	74
Tabel 4.15. Uji Signifikansi Pengaruh Langsung	76
Tabel 4. 16. Uji Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Survei Media Sosial Paling Populer 2020-2021	6
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	40
Gambar 4.1. Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab.Ngada NTT	57
Gambar 4.2. Analisis Jalur Outer Model	68
Gambar 4.3. Hasil Uji Inner Model	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	104
Lampiran 2 : Tabulasi Data.....	114
Lampiran 3 : Hasil Uji Smart Pls.....	139