

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Pengantar**

Pada bab ini akan dipaparkan sebuah hasil analisis data dan pembahasannya. Pertama akan dipaparkan gambaran umum dari responden sebagai subyek penelitian dan gambaran data responden sebagai bagian dari objek penelitian. Kedua akan disajikan hasil analisis data penelitian yang didapat melalui pengisian kuesioner oleh para responden. Selanjutnya analisis data yang dilakukan yakni dengan uji asumsi SEM (validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, dan outliers). Pembahasan ketiga adalah menganalisis uji kecocokan model, uji hipotesis, analisis jalur (*path analysis*) dan korelasi yang akan digunakan dalam menjawab pertanyaan penelitian atau hipotesis yang diajukan.

Untuk menganalisis data karakteristik responden digunakan analisis deskriptif dalam menggambarkan keadaan pada jawaban yang diinginkan oleh responden pada item-item pertanyaan yang mewakili dimensi pada variabel penelitian yang sudah ditentukan. Analisis deskriptif menggunakan tabulasi silang (*crosstab*), analisis distribusi frekuensi dan nilai indeks jawaban dari responden. Pada data penelitian ini, diolah menggunakan *structural equation modeling (SEM)*. Kemudian juga memanfaatkan software (*analysis of moment structure*) AMOS versi 21.0 dan (*statistical package for social science*) SPSS for windows versi 24.0.

## **B. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Pantai Kuta Mandalika adalah salah satu kawasan wisata bahari dengan pasir berwarna putih yang terletak di Desa Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah bagian selatan pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat. Pantai Kuta Mandalika berjarak 30 kilometer dari Mataram dan dapat ditempuh sekitar 20 menit dari Bandara Internasional Lombok. Kuta merupakan salah satu desa yang berada di kawasan pantai sehingga memiliki potensi yang besar dalam pengembangan aktivitas kepariwisataan. Batas wilayah kuta meliputi, desa Rambitan sebelah utara, desa Sukadana dan Sengkol sebelah timur, Samudra Indonesia sebelah selatan dan desa Prabu sebelah barat.

Nama Mandalika diangkat berdasarkan sejarah seorang putri kerajaan di legenda suku sasak. Legenda Putri Mandalika terjadi pada abad ke 16, dimana kerajaan kuno Tanjung Bitu diperintah oleh Raja Tonang Beru dan Seranting ratunya. Putri mereka, putri Mandalika tumbuh menjadi putri yang cantik, dan banyak pangeran ingin menikahnya. Karena banyak pangeran yang ingin menikahi putri, untuk menyelesaikan masalah akan diadakan pertempuran dengan syarat bahwa pemenang akan menikahi Putri Mandalika. Demi perdamaian di tanah airnya, putri Mandalika memutuskan untuk mengorbankan hidupnya, dia melemparkan dirinya ke laut sehingga tidak ada yang dapat menikahnya. Sebelum bunuh diri, sang putri mengatakn bahwa dengan cara khusus dia akan kembali setiap tahun untuk membawa nasib baik ke masyarakatnya (perayaan bau nyale).

Kuta Mandalika memiliki keindahan alam seperti pesona pantai dengan pasir putih yang bersih, berbagai macam terumbu karang yang indah untuk melakukan *diving* dan *snorkling*, dan ombak laut yang cocok untuk bermain *surfing*. Selain itu terdapat banyak perbukitan yang tersusun bagaikan benteng perbatasan yang kokoh, dimanfaatkan sebagai tempat *sunrise* dan *sunset*, *hiking*, bersepeda gunung, *outbond* dan *camping*. Pada daerah Kuta Mandalika tersedia berbagai fasilitas seperti akomodasi yang memadai, penginapan yang nyaman (villa, hotel, homestay), berbagai macam makanan tradisional maupun non tradisional, dan pusat pelayanan kesehatan dan keamanan.

Kehidupan sosial budaya masyarakat Kuta Mandalika masih melestarikan tradisi, adat – istiadatnya seperti upacara *Begawe*, *Sorong Serah Aji Krame*, serta *Nyongkolan* merupakan salah satu upacara adat Sasak Lombok yang selalu dihadiri oleh wisatawan terutama wisatawan mancanegara. Perayaan “*Bau Nyale*” sebagai tradisi unik yang dimiliki Kuta Mandalika, dimana dalam perayaan *Bau Nyale* kegiatan semua masyarakat untuk manecari cacing laut yang dipercaya sebagai jelmaan dari Putri Mandalika. Selanjutnya terdapat desa adat Sade dan Ende yang menjadi wisata budaya, disini wisatawan dapat belajar sejarah Lombok, kesenian dan menjadi tempat oleh – oleh khas merupakan kerajinan masyarakat setempat.

Kawasan Mandalika ditetapkan sebagai kawasan ekonomi khusus berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2014, kawasan Mandalika menjadi kawasan ekonomi khusus (KEK) Pariwisata, dengan luas area sebesar 1.035,67 Ha dan menghadap Samudera Hindia ([kek.go.id](http://kek.go.id)). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2009 tentang Kawasan Ekonomi Khusus

menjelaskan bahwa kawasan ekonomi khusus (KEK) adalah kawasan dengan batas tertentu dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang ditetapkan untuk menyelenggaraan fungsi perekonomian dan memperoleh fasilitas tertentu. Untuk selanjutnya, Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika akan disebut sebagai Kawasan Mandalika.

### **C. Gambaran Umum Subjek Penelitian**

Untuk penelitian ini, subjek yang dipilih adalah wisatawan mancanegara yang pernah berkunjung/berwisata ke pantai Kuta Mandalika Lombok yang memiliki kriteria sebagai berikut; (1) Para wisatawan yang pernah berkunjung minimal 1 sampai 5 kali kunjungan baik pria maupun wanita; (2) Rentang usia antara 17-65 tahun, dengan pertimbangan bahwa pada usia 17 tahun merupakan usia produktif manusia.

Untuk teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Pengambilan sampel pada penelitian ini untuk memperoleh informasi dari kelompok responden secara spesifik. Dalam pengambilan sampel ini, terbatas pada responden tertentu saja yang diperbolehkan memberi informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Hanya pada responden yang memenuhi kriteria yang perlu untuk mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti. Adanya kriteria tersebut diharapkan untuk responden dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sudah disediakan.

## D. Deskripsi Data Responden

### 1. Rincian Pendistribusian Kuesioner

Penelitian ini didistribusikan dan pengumpulan kuesionernya dilakukan antara bulan Januari hingga bulan Februari 2020. Pendistribusian kuesioner kepada responden dengan memberikan secara langsung kepada responden yang sesuai dengan kriteria responden, namun ada juga yang harus dititipkan kepada beberapa hotel dan homestay di kawasan Kuta Mandalika. Adapun rincian dari pendistribusian kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
Rincian Pendistribusian Kuesioner

No	Dasar Klarifikasi	Jumlah
1	Kuesioner yang di distribusikan	150 kuesioner
2	Kuesioner yang diterima	137 kuesioner
3	Kuesioner yang tidak memenuhi kriteria	4 kuesioner
4	Kuesioner yang dapat diolah	133 kuesioner

Dari hasil tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa pendistribusian kuesioner sebanyak 150 kuesioner, yang kembali 137 kuesioner pada peneliti, dan yang dapat diolah sebanyak 133 kuesioner. Dari kegiatan dalam mendistribusi dan pengumpulan kuisioner penelitian, didapat tingkat pengembalian kuisioner (*respons rate*) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Jumlah responden yang mengembalikan kuisioner}}{\text{Jumlah total kuisioner yang di distribusikan}} \times 100\% \\
 &= \frac{133}{150} \times 100\% \\
 &= 88,6\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, untuk distribusi kuisioner dalam rangka pengumpulan data menghasilkan angka response rate sebesar 88,6%. Hair *et al.*, (2010) memaparkan bahwa untuk ukuran sampel yang ideal untuk pemodelan adalah 5 sampai 10 kali jumlah *estimated parameter*.

Sementara itu, jumlah parameter estimasi untuk penelitian ini berjumlah 23, sehingga dikalikan 5 maka sampel minimal berjumlah 115 sampel. Dengan demikian jumlah sampel 133 sampel sudah dapat memenuhi asumsi kecukupan sampel mengacu pada pendapat Hair *et al.*, (2010) bahwa sampel minimum dalam pemodelan adalah 100-200 sampel, sehingga dengan jumlah sampel 133 masih berada pada *range* kecukupan sampel.

## **2. Karakteristik Responden**

Kemudian responden dianalisis menurut karakteristik individu responden yaitu: jenis kelamin, usia, status kawin, pendidikan terakhir, jabatan kerja, dan masa kerja. Aspek-aspek tersebut adalah karakteristik responden yang penting dan dapat dikaitkan dengan variabel penelitian. Karakteristik responden kemudian di analisa dengan menggunakan statistika deskriptif (*descriptive statistic*) menggunakan program SPSS yaitu: tabulasi silang (*crosstab*), distribusi frekuensi dan analisis nilai indek. Statistika deskriptif adalah metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian data sehingga dapat memberikan informasi yang berguna (Walpole. R, 1997 ; Sholiha & Salamah, 2015).

Analisa tabulasi silang (*crosstab*) dipakai untuk mengetahui hubungan antara variabel yang terdapat pada baris dengan variabel pada kolom dengan

membandingkan data dalam bentuk frekuensi. Menurut Santoso & Tjiptono, (2001), penelitian yang menggunakan tabulasi silang akan menampilkan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom. Dengan demikian, ciri analisis tabulasi silang adalah adanya dua variabel atau lebih yang mempunyai hubungan secara deskriptif.

Dalam penelitian ini, unit analisis atau subjek dalam penelitian ini adalah wisatawan mancanegara yang berasal dari 28 negara (Netherlands, Sweden, Germany, Australia, Canada, Austria, France, England, Spain, Argentina, Malaysia, Barcelona, Italy, Mexico, United States, Russia, Czech, Turkey, Singapore, United Kingdom, Switzerland, Pilipines, Portugal, Ireland, China, Japan, Brazil dan India). Sedangkan objek penelitiannya adalah Pantai Kuta Mandalika Lombok, Nusa Tenggara Barat.

Dalam penelitian ini karakteristik individu yang diamati adalah relasi antara usia dengan jenis kelamin, usia dengan pendidikan terakhir, usia dengan pekerjaan, usia dengan jumlah kunjungan, wilayah negara dengan jenis kelamin, wilayah negara dengan jumlah kunjungan. Hasilnya tersaji seperti diuraikan pada tabel berikut.

#### **a. Tabulasi Silang Usia dengan Jenis Kelamin**

Gambaran tentang karakteristik responden berdasarkan hasil uji tabulasi silang antara usia dengan jenis kelamin responden disajikan dalam tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.2**  
Hasil Uji Tabulasi Silang Usia dengan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin		Total	
		Laki - Laki	Perempuan		
Usia	17 -25 th	Count	17	13	30
		% of Total	12.8%	9.8%	22.6%
	26 - 35 th	Count	44	28	72
		% of Total	33.1%	21.1%	54.1%
	36 - 45 th	Count	21	10	31
		% of Total	15.8%	7.5%	23.3%
Total		Count	82	51	133
		% of Total	61.7%	38.3%	100.0%

Sumber: Data diolah 2020

Dari *output* hasil tabulasi silang seperti tersaji pada tabel 4.2 di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin laki – laki yakni sebanyak 82 responden atau sekitar 61,7%. Tetapi yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 responden atau 38,3%. Dapat dilihat pula bahwa responden yang mendominasi adalah usia 26 - 35 tahun yaitu sebanyak 54,1%. Urutan kedua deskripsi responden adalah berusia 36 - 45 tahun sebanyak 23,3%. Urutan ketiga atau yang paling sedikit adalah yang memiliki rentang usia 17-25 Tahun yaitu sebanyak 22,6%.

**b. Tabulasi Silang Usia dengan Pendidikan Terakhir**

Gambaran tentang karakteristik responden berdasarkan hasil uji tabulasi silang antara usia dengan pendidikan terakhir responden disajikan dalam tabel 4.3 berikut:



**Tabel 4.3**  
Hasil Uji Tabulasi Silang Usia dengan Pendidikan Terakhir

		Pendidikan Akhir			Total	
		SMA/ Sederajat	Strata 1/ S1	Strata 2/ S2		
Usia	17 - 25 th	Count	13	16	1	30
		% of Total	9.8%	12.0%	0.8%	22.6%
	26 - 35 th	Count	17	50	5	72
		% of Total	12.8%	37.6%	3.8%	54.1%
	36 - 45 th	Count	8	23	0	31
		% of Total	6.0%	17.3%	0.0%	23.3%
Total		Count	38	89	6	133
		% of Total	28.6%	66.9%	4.5%	100.0%

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan *output* hasil tabulasi silang seperti tersaji pada tabel 4.3 di atas dapat diterangkan bahwa responden yang mendominasi adalah usia 26-35 tahun yaitu sebanyak 54,1%. Urutan kedua deskripsi responden adalah berusia 36-45 tahun sebanyak 23,3%. Urutan terakhir adalah yang memiliki rentang usia 17-25 tahun yaitu sebanyak 22,6%. Dapat dilihat pula urutan jumlah responden terbanyak pada jenjang pendidikan terakhir dengan urutan pertama yaitu pendidikan terakhir S1, berjumlah 89 orang atau sekitar 66,9%. Urutan kedua yaitu jenjang pendidikan SMA/Sederajat dengan jumlah 38 orang atau sekitar 28,6%. Urutan ketiga yaitu jenjang pendidikan S2, berjumlah 6 orang atau sekitar 4,5%.

#### c. Tabulasi Silang Usia dengan Pekerjaan

Gambaran tentang karakteristik responden berdasarkan hasil uji tabulasi silang antara usia dengan pekerjaan responden disajikan dalam tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4.4**  
Hasil Uji Tabulasi Silang Usia dengan Pekerjaan

		Pekerjaan			Total	
		Mahasiswa	Karyawan Swasta	Pengusaha		
Usia	17 -25 th	Count	24	5	1	30
		% of Total	18.0%	3.8%	0.8%	22.6%
	26 - 35 th	Count	0	63	9	72
		% of Total	0.0%	47.4%	6.8%	54.1%
	36 - 45 th	Count	1	5	25	31
		% of Total	0.8%	3.8%	18.8%	23.3%
Total		Count	25	73	35	133
		% of Total	18.8%	54.9%	26.3%	100.0%

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan *output* hasil tabulasi silang seperti tersaji pada tabel 4.4 di atas dapat diterangkan bahwa responden yang mendominasi adalah usia 26-35 tahun yaitu sebanyak 72 responden dengan persentase 54,1%, 47,4% karyawan swasta dan 6,8% pengusaha. Sedangkan pada rentang usia 36-45 tahun sebanyak 31 responden dengan 23,3%, 18,8% pengusaha, 3,8% karyawan swasta dan 0,8% mahasiswa. Selanjutnya pada rentang usia 17-25 tahun dengan persentase 22,6% terdapat lebih banyak mahasiswa dengan persentase 18% mahasiswa, 5% karyawan swasta dan 0,8% pengusaha.

**d. Tabulasi Silang Usia dengan Jumlah Kunjungan**

Gambaran tentang karakteristik responden berdasarkan hasil uji tabulasi silang antara usia dengan jumlah kunjungan responden disajikan dalam tabel 4.5 berikut:

**Tabel 4.5**  
Hasil Uji Tabulasi Silang Usia dengan Jumlah Kunjungan

		Jumlah Kunjungan			Total
		1 - 5 Kali Kunjungan	6 - 10 Kali Kunjungan		
Usia	17 -25 th	Count	29	1	30
		% of Total	21.8%	0.8%	22.6%
	26 - 35 th	Count	66	6	72
		% of Total	49.6%	4.5%	54.1%
	36 - 45 th	Count	23	8	31
		% of Total	17.3%	6.0%	23.3%
Total		Count	118	15	133
		% of Total	88.7%	11.3%	100.0 %

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan *output* hasil tabulasi silang seperti tersaji pada tabel 4.5 di atas dapat diterangkan bahwa responden dalam penelitian ini 88,7% atau sebanyak 118 responden memiliki jumlah kunjungan 1 sampai 5 kali kunjungan. Sedangkan sebanyak 15 responden atau sebesar 11,3% memiliki jumlah kunjungan lebih dari 5 kali kunjungan. Jumlah responden yang paling banyak memiliki kunjungan berada pada rentang usia 26-35 tahun dan yang paling sedikit pada rentang usia 17-25 tahun.

**e. Tabulasi Silang Wilayah Negara dengan Jenis Kelamin**

Gambaran tentang karakteristik responden berdasarkan hasil uji tabulasi silang antara wilayah negara dengan jenis kelamin responden disajikan dalam tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4.6**  
Hasil Uji Tabulasi Silang Wilayah Negara dengan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin		Total	
		Laki - Laki	Perempuan		
Wilayah Negara	Asia Tenggara	Count	4	5	9
		% of Total	3.0%	3.8%	6.8%
		Count	1	1	2

	Asia Timur	% of Total	0.8%	0.8%	1.5%
	Asia Barat	Count	3	1	4
		% of Total	2.3%	0.8%	3.0%
	Asia Tengah	Count	1	0	1
		% of Total	0.8%	0.0%	0.8%
	Asia Selatan	Count	1	2	3
		% of Total	0.8%	1.5%	2.3%
	Eropa Tenggara	Count	4	1	5
		% of Total	3.0%	0.8%	3.8%
	Eropa Barat	Count	11	13	24
		% of Total	8.3%	9.8%	18.0%
	Eropa Tengah	Count	3	1	4
		% of Total	2.3%	0.8%	3.0%
	Eropa Utara	Count	12	4	16
		% of Total	9.0%	3.0%	12.0%
	Australia	Count	32	14	46
		% of Total	24.1%	10.5%	34.6%
	Amerika Utara	Count	6	7	13
		% of Total	4.5%	5.3%	9.8%
	Amerika Selatan	Count	4	2	6
		% of Total	3.0%	1.5%	4.5%
	<b>Total</b>	Count	82	51	133
		% of Total	61.7%	38.3%	100.0%

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan *output* hasil tabulasi silang seperti tersaji pada tabel 4.6 di atas dapat diterangkan bahwa dalam penelitian ini pengunjung atau responden paling banyak berasal dari wilayah Negara Australia sebanyak 46 responden atau sebesar 34,6%, dimana jumlah responden laki-laki sebanyak 32 responden dan perempuan sebanyak 12 responden. Sedangkan jumlah responden paling sedikit berasal dari wilayah Negara Asia Tengah sebanyak 1 responden atau sebesar 0,8%.

#### f. Tabulasi Silang Wilayah Negara dengan Jumlah Kunjungan

Gambaran tentang karakteristik responden berdasarkan hasil uji tabulasi silang antara wilayah negara dengan jenis kelamin responden disajikan dalam tabel 4.7 berikut:

**Tabel 4.7**  
Hasil Uji Tabulasi Silang Wilayah negara dengan Jumlah Kunjungan

		Jumlah Kunjungan		Total	
		1 - 5 Kali Kunjungan	6 - 10 Kali Kunjungan		
Wilayah Negara	Asia Tenggara	Count	7	2	9
		% of Total	5.3%	1.5%	6.8%
	Asia Timur	Count	2	0	2
		% of Total	1.5%	0.0%	1.5%
	Asia Barat	Count	4	0	4
		% of Total	3.0%	0.0%	3.0%
	Asia Tengah	Count	1	0	1
		% of Total	0.8%	0.0%	0.8%
	Asia Selatan	Count	3	0	3
		% of Total	2.3%	0.0%	2.3%
	Eropa Tenggara	Count	5	0	5
		% of Total	3.8%	0.0%	3.8%
	Eropa Barat	Count	19	5	24
		% of Total	14.3%	3.8%	18.0%
	Eropa Tengah	Count	4	0	4
		% of Total	3.0%	0.0%	3.0%
	Eropa Utara	Count	16	0	16
		% of Total	12.0%	0.0%	12.0%
	Australia	Count	38	8	46
		% of Total	28.6%	6.0%	34.6%
Amerika Utara	Count	13	0	13	
	% of Total	9.8%	0.0%	9.8%	
Amerika Selatan	Count	6	0	6	
	% of Total	4.5%	0.0%	4.5%	
<b>Total</b>		Count	118	15	133
		% of Total	88.7%	11.3%	100.0%

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan *output* hasil tabulasi silang seperti tersaji pada tabel 4.6 diatas dapat diterangkan bahwa sebanyak 118 responden atau sebesar 88,7%

yang berasal dari berbagai Negara memiliki jumlah kunjungan kurang dari 5 kali kunjungan yang artinya sebagian besar wisatawan dari berbagai negara hanya berkunjung 1-5 kali kunjungan. Sedangkan sebesar 11,3% atau sebanyak 15 responden memiliki jumlah kunjungan lebih dari 5 kali kunjungan.

### **3. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian**

Analisis ini dilaksanakan untuk mengetahui dan menjelaskan berbagai karakteristik variabel yang akan ditelaah dalam suatu kondisi tertentu. Dimana maksud atau tujuan dilakukan analisis deskriptif ini adalah guna mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap item-item atau butir pertanyaan pada kuesioner. Teknik analisis ini akan memaparkan semua item yang diteliti dengan menggunakan nilai rata-rata dan persentase dari skor jawaban yang didapat oleh responden (Sekaran & Bougie, 2013).

Selanjutnya, jawaban yang diperoleh dari responden kemudian akan dikelompokkan secara deskriptif statistik dengan melakukan pengkategorian berdasarkan perhitungan interval untuk menentukan masing-masing variabel, dimana jawaban responden terhadap item atau butir pertanyaan pada variabel penelitian bisa diketahui melalui nilai indeks. Nilai indeks sendiri diperoleh dari angka rentang skala yang dikemukakan oleh Simamora (2002), yaitu:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Banyaknya Kriteria Penilaian}}$$

$$\text{Rentang Skala} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Hasil dari perhitungan rentang skala tersebut akan digunakan sebagai dasar interpretasi penilaian rata-rata untuk setiap indikator pada variabel penelitian. Penilaian tersebut dimuat dalam bentuk indeks rata-rata yang telah dimodifikasi dari Simamora (2002), yaitu sebagai berikut:

- a. Nilai indeks antara 1,00 – 1,79 dikategorikan sangat rendah
- b. Nilai indeks antara 1,80 – 2,59 dikategorikan rendah
- c. Nilai indeks antara 2,60 – 3,39 dikategorikan cukup
- d. Nilai indeks antara 3,40 – 4,19 dikategorikan tinggi
- e. Nilai indeks antara 4,20 – 5,00 dikategorikan sangat tinggi

**a. Tanggapan Responden Terhadap *Heritage Image***

Variabel *Heritage Image* diukur melalui indikator-indikator Pantai Kuta Mandalika terkenal dengan sejarah dan reputasinya yang menarik (HI-1), Budaya historis pantai Kuta Mandalika unik (HI-2), Pantai Kuta Mandalika mencerminkan suasana sejarah (HI-3), Pantai Kuta Mandalika memiliki perpaduan nilai budaya (HI-4) yang diadaptasi dari (Wu dan Li., 2017). Nilai indeks jawaban responden untuk variabel *Heritage Image* disajikan pada tabel 4.8 berikut:

**Tabel 4.8**  
Analisis Deskriptif Variabel *Heritage Image*

Item	F	Skor Jawaban					Total	Mean	Nilai
		1	2	3	4	5			
HI1	F	-	18	23	72	20	133	3,71	Tinggi
	%	-	13,5	17,3	54,1	15,0	100		
HI2	F	-	14	29	75	15	133	3,68	Tinggi
	%	-	10,5	21,8	56,4	11,3	100		
HI3	F	-	19	32	64	18	133	3,61	Tinggi

	%	-	14,3	24,1	48,1	13,5	100		
HI4	F	-	14	21	82	16	133	3,75	Tinggi
	%	-	10,5	15,8	61,7	12,0	100		
Rata-rata Total Mean								<b>3,68</b>	Tinggi

Sumber: Data diolah 2020

Dari Tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa frekuensi jawaban terhadap indikator variabel *Heritage Image* didominasi pada rentang skala 4 dengan rentang nilai %F sebesar 48,1% - 61,7%. Berdasarkan hasil perhitungan nilai indeks variabel *Heritage Image* bahwa rata-rata untuk keseluruhan indikator sebesar 3,68, berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang tinggi pada heritage image di pantai Kuta Mandalika.

#### b. Tanggapan Responden Terhadap *Destination Image*

Variabel *Destination Image* diukur melalui indikator-indikator Pantai Kuta Mandalika memiliki lingkungan dan pemandangan alam yang indah (DI-1), Pantai Kuta Mandalika daerah yang bersih (DI-2), Penduduk disekitar pantai Kuta Mandalika ramah (DI-3), Transportasi menuju Pantai Kuta Mandalika mudah di jangkau (DI-4), Di dekat lokasi Pantai Kuta Mandalika memiliki hotel dan homestay yang nyaman (DI-5), Pantai Kuta Mandalika memiliki arena tempat perbelanjaan yang menarik (DI-6) yang diadaptasi dari (Zhang *et al.*, 2018). Nilai indeks jawaban responden untuk variabel *Destination Image* disajikan pada tabel 4.9 berikut:

**Tabel 4.9**  
Analisis Deskriptif Variabel *Destination Image*

Item	F	Skor Jawaban					Total	Mean	Nilai
		1	2	3	4	5			
DI1	F	-	-	18	54	61	133	4,32	Tinggi



	%	-	-	13,5	40,6	45,9	100		
DI2	F	-	-	17	75	41	133	4,18	Tinggi
	%	-	-	12,8	56,4	30,8	100		
DI3	F	-	-	17	64	52	133	4,26	Tinggi
	%	-	-	12,8	48,1	39,1	100		
DI4	F	-	-	16	73	44	133	4,21	Tinggi
	%	-	-	12,0	54,9	33,1	100		
DI5	F	-	-	16	85	32	133	4,12	Tinggi
	%	-	-	12,0	63,9	24,1	100		
DI6	F	-	-	15	87	31	133	4,12	Tinggi
	%	-	-	11,3	65,4	23,3	100		
Rata-rata Total Mean								<b>4,18</b>	Tinggi

Sumber: Data diolah 2020

Dari Tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa frekuensi jawaban terhadap indikator variabel *Destination Image* didominasi pada rentang skala 4 dengan rentang nilai %F sebesar 40,6% - 65,4%. Berdasarkan hasil perhitungan nilai indeks variabel *Destination Image* bahwa rata-rata untuk keseluruhan indikator sebesar 4,18, berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang tinggi pada fasilitas, kebersihan dan keindahan pantai Kuta Mandalika.

### c. Tanggapan Responden Terhadap *Experiential Quality*

Variabel *Experiential Quality* diukur melalui indikator-indikator *Tour guide* memberikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami (EXQ-1), Pantai ini melampaui ekspektasi saya (EXQ-2), Saya mendapatkan pengalaman yang menarik selama berkunjung di lokasi ini (EXQ-3), Saya mampu menikmati suasana disekitar pantai Kuta Mandalika dengan nyaman (EXQ-4), Saya merasa memiliki petualangan baru dalam berkunjung ke pantai ini (EXQ-5) yang diadaptasi dari (Wu dan Li, 2017).

Nilai indeks jawaban responden untuk variabel *Experiential Quality* disajikan pada tabel 4.10 berikut:

**Tabel 4.10**  
Analisis Deskriptif Variabel *Experiential Quality*

Item	F	Skor Jawaban					Total	Mean	Nilai
		1	2	3	4	5			
EXQ1	F	-	1	15	86	31	133	4,11	Tinggi
	%	-	0,8	11,3	64,7	23,3	100		
EXQ2	F	-	1	18	87	27	133	4,05	Tinggi
	%	-	0,8	13,5	65,4	20,3	100		
EXQ3	F	-	1	13	91	28	133	4,10	Tinggi
	%	-	0,8	9,8	68,4	21,1	100		
EXQ4	F	-	1	14	85	33	133	4,13	Tinggi
	%	-	0,8	10,5	63,9	24,8	100		
EXQ5	F	-	1	13	91	28	133	4,10	Tinggi
	%	-	0,8	9,8	68,4	21,1	100		
Rata-rata Total Mean								<b>4,09</b>	Tinggi

Sumber: Data diolah 2020

Dari Tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa frekuensi jawaban terhadap indikator variabel *Experiential Quality* didominasi pada rentang skala 4 dengan rentang nilai %F sebesar 63,9% - 68,4%. Berdasarkan hasil perhitungan nilai indeks variabel *Experiential Quality* bahwa rata-rata untuk keseluruhan indikator sebesar 4,09, berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap apa yang mereka dapatkan selama berada di pantai Kuta Mandalika.

#### d. Tanggapan Responden Terhadap *Revisit Intentions*

Variabel *Revisit Intentions* diukur melalui indikator-indikator Saya akan mengunjungi kembali tempat ini di lain waktu (RI-1), Saya menjadikan pantai ini sebagai referensi penting dalam memilih tempat wisata (RI-2), Saya memiliki ketertarikan dengan tujuan wisata pada pantai

ini (RI-3), Saya memiliki rasa kecintaan pada pantai ini (RI-4) yang diadaptasi dari (Chen *et al.*, (2018). Nilai indeks jawaban responden untuk variabel *Revisit Intentions* disajikan pada tabel 4.11 berikut:

**Tabel 4.11**  
Analisis Deskriptif Variabel *Revisit Intentions*

Item	F	Skor Jawaban					Total	Mean	Nilai
		1	2	3	4	5			
RI1	F	-	-	9	88	36	133	4,20	Tinggi
	%	-	-	6,8	66,2	27,1	100		
RI2	F	-	-	14	93	26	133	4,09	Tinggi
	%	-	-	10,5	69,9	19,5	100		
RI3	F	-	-	13	93	27	133	4,11	Tinggi
	%	-	-	9,8	69,9	20,3	100		
RI4	F	-	-	17	84	32	133	4,11	Tinggi
	%	-	-	12,8	63,2	24,1	100		
Rata-rata Total Mean								<b>4,12</b>	Tinggi

Sumber: Data diolah 2020

Dari Tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa frekuensi jawaban terhadap indikator variabel *Revisit Intentions* didominasi pada rentang skala 4 dengan rentang nilai %F sebesar 63,2% - 69,9%. Berdasarkan hasil perhitungan nilai indeks variabel *Revisit Intentions* bahwa rata-rata untuk keseluruhan indikator sebesar 4,12, berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap niat perilaku yang muncul dibenak wisatawan selama berada di pantai Kuta Mandalika.

**e. Tanggapan Responden Terhadap *Intention to Recommend***

Variabel *Intention to Recommend* diukur melalui indikator-indikator Saya akan merekomendasikan tempat ini kepada orang lain (IR-1), Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang tempat ini (IR-2), Saya akan

mengajak keluarga dan teman-teman saya untuk mengunjungi tempat ini (IR-3), Saya akan mengenang kembali kenangan berkunjung pada pantai ini (IR-4) yang diadaptasi dari (Chen *et al.*, (2018). Nilai indeks jawaban responden untuk variabel *Revisit Intentions* disajikan pada tabel 4.12 berikut:

**Tabel 4.12**  
Analisis Deskriptif Variabel *Intention to Recommend*

Item	F	Skor Jawaban					Total	Mean	Nilai
		1	2	3	4	5			
IR1	F	-	1	17	85	30	133	4,08	Tinggi
	%	-	0,8	12,8	63,9	22,6	100		
IR2	F	-	2	15	86	30	133	4,08	Tinggi
	%	-	1,5	11,3	64,7	22,6	100		
IR3	F	-	3	27	86	17	133	3,88	Tinggi
	%	-	2,3	20,3	64,7	12,8	100		
IR4	F	-	8	32	81	12	133	3,73	Tinggi
	%	-	6,0	24,1	60,9	9,0	100		
Rata-rata Total Mean								<b>3,94</b>	Tinggi

Sumber: Data diolah 2020

Dari Tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa frekuensi jawaban terhadap indikator variabel *Intention to Recommend* didominasi pada rentang skala 4 dengan rentang nilai %F sebesar 60,9% - 64,7%. Berdasarkan hasil perhitungan nilai indeks variabel *Intention to Recommend* bahwa rata-rata untuk keseluruhan indikator sebesar 3,94, berada dalam kategori tinggi. Hal tersebut juga terlihat dari mayoritas kriteria jawaban responden setiap indikator pertanyaan memberikan nilai yang tinggi terhadap niat perilaku yang muncul dibenak wisatawan selama berada di pantai Kuta Mandalika.

## **E. Proses dan Hasil Analisa Data**

Untuk penelitian ini, *Structural Equation Modelling* (SEM) akan digunakan sebagai alat bantu pengujian hipotesis. Penggunaan SEM untuk alat bantu dalam menganalisis data dalam penelitian ini didasarkan pada keunggulan SEM sebagai alat analisis statistik yang paling sesuai untuk menjelaskan fenomena-fenomena sosial pada umumnya (Istikomah, 2014). Analisis SEM adalah metode analisis statistika yang mengkombinasikan beberapa aspek yang terdapat pada analisis jalur (*path analysis*) dan analisis faktor konfirmatori untuk menghitung beberapa persamaan secara simultan antara variabel pengamatan (indikator) dan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (variabel laten) (Istikomah., 2014). Variabel laten adalah variabel tak teramati (*unobserver*) atau tak dapat diukur (*unmeasured*) secara langsung melainkan harus diukur melalui beberapa indikator (Sholiha & Salamah., 2015).

### **1. Proses Analisis Data**

Model teoritis penelitian sebagaimana telah digambarkan pada Bab II yang terdiri dari 5 variabel pengamatan yaitu: *Heritage Image* (HI) (X1); *Destination Image* (DI) (X2); *Experiential Quality* (EXQ) (X3); *Revisit Intentions* (RI) (Y1) dan *Intention to Recommend* (IR) (Y2).

### **2. Analisis Data *Struktural Equation Modeling* (SEM)**

Analisis SEM pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh antar variabel penelitian. Kemudian, langkah-langkah yang harus dilakukan dengan beberapa uji prasyarat analisis SEM sebagai berikut :.

### a. Uji Validitas

Uji validitas dalam SEM biasa disebut dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) digunakan untuk menguji dimensional pada suatu konstruk teoritis atau sering disebut juga dengan menguji validitas suatu konstruk teoritis (Ghozali, 2014). Dalam menilai keabsahan atau validitas dari indikator tersebut maka akan dinyatakan valid apabila variance extracted  $\geq$  0,50 (Ghozali, 2014). Pada pengujian validitas dilakukan secara parsial atau terpisah setiap variabelnya.

#### 1) Uji Validitas Variabel *Heritage Image*

Model pengukuran untuk uji validitas variabel *Heritage Image* dapat dilihat pada gambar 4.1 di bawah ini:



Sumber: Data diolah 2020

**Gambar 4.1**  
 Uji CFA Variabel *Heritage Image*

Dari gambar 4.1 dapat diketahui bahwa variabel *Heritage Image* memiliki 4 indikator, Selanjutnya untuk melihat hasil uji validitas dari masing-masing indikator tersebut hasilnya bisa dilihat pada Tabel 4.13, dibawah ini:

**Tabel 4.13**  
Uji CFA Variabel *Heritage Image*

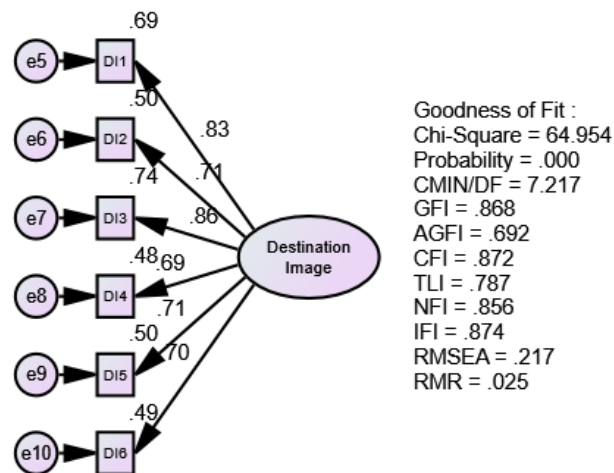
Indikator	Estimate	Keterangan
<i>Heritage Image 1</i>	0,888	<b>Valid</b>
<i>Heritage Image 2</i>	0,863	<b>Valid</b>
<i>Heritage Image 3</i>	0,870	<b>Valid</b>
<i>Heritage Image 4</i>	0,825	<b>Valid</b>

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4. di atas menunjukkan bahwa seluruh indikator item kuesioner telah memenuhi syarat nilai *standardized estimate (loading factor)* sebesar  $> 0,5$  sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator item pernyataan kuesioner pada variabel *Heritage Image* dinyatakan *valid*.

## 2) Uji Validitas Variabel *Destination Image*

Model pengukuran untuk uji validitas variabel *Destination Image* dapat dilihat pada gambar 4.2 di bawah ini:



Sumber: Data diolah 2020

**Gambar 4.2**  
Uji CFA Variabel *Destination Image*

Dari gambar 4.2 dapat diketahui bahwa variabel *Destination Image* memiliki 6 indikator, Selanjutnya untuk melihat hasil uji validitas dari masing-masing indikator tersebut hasilnya bisa dilihat pada Tabel 4.14, dibawah ini:

**Tabel 4.14**  
Uji CFA Variabel *Destination Image*

<b>Indikator</b>	<b>Estimate</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Destination Image 1</i>	0,830	<b>Valid</b>
<i>Destination Image 2</i>	0,708	<b>Valid</b>
<i>Destination Image 3</i>	0,861	<b>Valid</b>
<i>Destination Image 4</i>	0,690	<b>Valid</b>
<i>Destination Image 5</i>	0,710	<b>Valid</b>
<i>Destination Image 6</i>	0,699	<b>Valid</b>

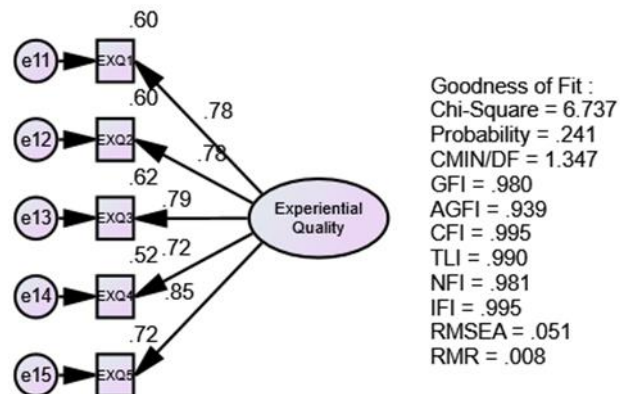
Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4. di atas menunjukkan bahwa seluruh indikator item kuesioner telah memenuhi syarat nilai *standardized estimate (loading factor)* sebesar  $> 0,5$  sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator item pernyataan kuesioner pada variabel *Destination Image* dinyatakan **valid**.

### 3) Uji Validitas Variabel *Experiential Quality*

Model pengukuran untuk uji validitas variabel *Experiential Quality* dapat dilihat pada gambar 4.3 di bawah ini:





Sumber: Data diolah 2020

**Gambar 4.3**  
 Uji CFA Variabel *Experiential Quality*

Dari gambar 4.3 dapat diketahui bahwa variabel *Experiential Quality* memiliki 5 indikator, Selanjutnya untuk melihat hasil uji validitas dari masing-masing indikator tersebut hasilnya bisa dilihat pada Tabel 4.15, dibawah ini:

**Tabel 4.15**  
 Uji CFA Variabel *Experiential Quality*

Indikator	Estimate	Keterangan
<i>Experiential Quality 1</i>	0,775	<b>Valid</b>
<i>Experiential Quality 2</i>	0,777	<b>Valid</b>
<i>Experiential Quality 3</i>	0,787	<b>Valid</b>
<i>Experiential Quality 4</i>	0,724	<b>Valid</b>
<i>Experiential Quality 5</i>	0,848	<b>Valid</b>

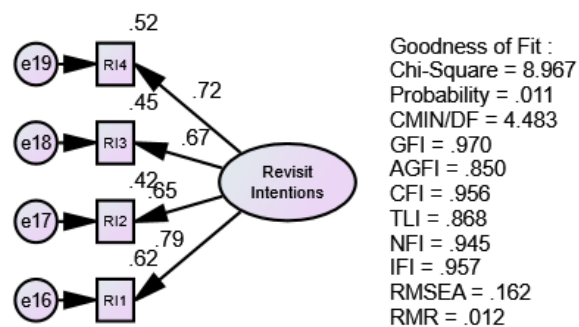
Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4. di atas menunjukkan bahwa seluruh indikator item kuesioner telah memenuhi syarat nilai *standardized estimate (loading factor)* sebesar  $> 0,5$

sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator item pernyataan kuesioner pada variabel *Experiential Quality* dinyatakan *valid*.

#### 4) Uji Validitas Variabel *Revisit Intentions*

Model pengukuran untuk uji validitas variabel *Revisit Intentions* dapat dilihat pada gambar 4.4 di bawah ini:



Sumber: Data diolah 2020

**Gambar 4.4**  
Uji CFA Variabel *Revisit Intentions*

Dari gambar 4.4 dapat diketahui bahwa variabel *Revisit Intentions* memiliki 4 indikator, Selanjutnya untuk melihat hasil uji validitas dari masing-masing indikator tersebut hasilnya bisa dilihat pada Tabel 4.16, dibawah ini:

**Tabel 4.16**  
Uji CFA Variabel *Revisit Intentions*

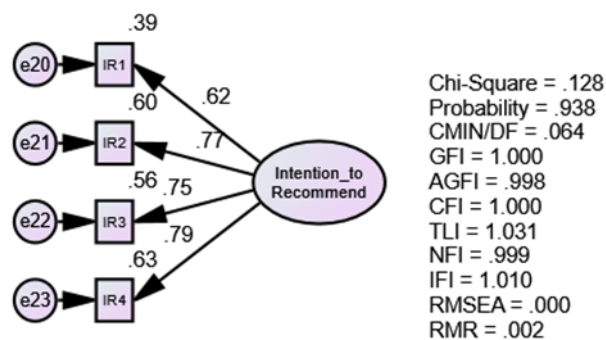
Indikator	Estimate	Keterangan
<i>Revisit Intentions 1</i>	0,786	<b>Valid</b>
<i>Revisit Intentions 2</i>	0,646	<b>Valid</b>
<i>Revisit Intentions 3</i>	0,670	<b>Valid</b>
<i>Revisit Intentions 4</i>	0,721	<b>Valid</b>

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4. di atas menunjukkan bahwa seluruh indikator item kuesioner telah memenuhi syarat nilai *standardized estimate (loading factor)* sebesar  $> 0,5$  sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator item pernyataan kuesioner pada variabel *Revisit Intentions* dinyatakan *valid*.

### 5) Uji Validitas Variabel *Intention to Recommend*

Model pengukuran untuk uji validitas variabel *Intention to Recommend* dapat dilihat pada gambar 4.5 di bawah ini:



Sumber: Data diolah 2020

**Gambar 4.5**  
Uji CFA Variabel *Intention to Recommend*

Dari gambar 4.4 dapat diketahui bahwa variabel *Intention to Recommend* memiliki 4 indikator, Selanjutnya untuk melihat hasil uji validitas dari masing-masing indikator tersebut hasilnya bisa dilihat pada Tabel 4.17, dibawah ini:

**Tabel 4.17**  
Uji CFA Variabel *Intention to Recommend*

<b>Indikator</b>	<b>Estimate</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Intention to Recommend 1</i>	0,624	<b>Valid</b>
<i>Intention to Recommend 2</i>	0,773	<b>Valid</b>
<i>Intention to Recommend 3</i>	0,747	<b>Valid</b>
<i>Intention to Recommend 4</i>	0,792	<b>Valid</b>

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4. di atas menunjukkan bahwa seluruh indikator item kuesioner telah memenuhi syarat nilai *standardized estimate (loading factor)* sebesar  $> 0,5$  sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator item pernyataan kuesioner pada variabel *Intention to Recommend* dinyatakan **valid**.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas menunjukkan kehandalan suatu alat ukur. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan CR (*Construct Reliability*), dimana memiliki kriteria jika nilai CR  $> 0,6$  maka variabel dapat dikatakan reliabel. Untuk menguji reliabilitas yaitu menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{S(\sum \text{Factor Loading})^2}{(\sum \text{Factor Loading})^2 + \sum \text{Measurement Error}}$$

**Tabel 4.18**  
Hasil Uji Reliabilitas

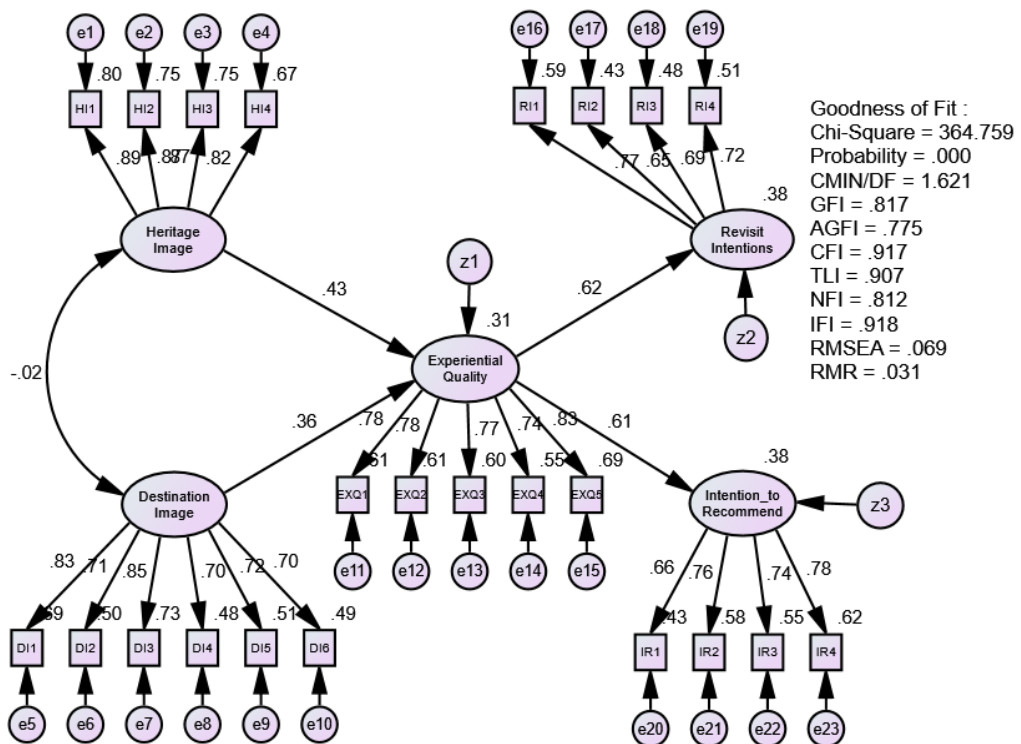
Variabel / Indikator		Standard Loading	Standard Loading2	Measurement error	AVE	CR
<i>Heritage Image</i>	HI 1	0,888	0,788	0,211	0,742	<b>0,920</b>
	HI 2	0,863	0,744	0,255		
	HI 3	0,870	0,756	0,243		
	HI 4	0,825	0,680	0,319		
<i>Destination Image</i>	DI 1	0,830	0,688	0,311	0,566	<b>0,886</b>
	DI 2	0,708	0,501	0,498		
	DI 3	0,861	0,741	0,258		
	DI 4	0,690	0,476	0,523		
	DI 5	0,710	0,504	0,495		
	DI 6	0,699	0,488	0,511		
<i>Experiential Quality</i>	EXQ 1	0,775	0,600	0,399	0,613	<b>0,887</b>
	EXQ 2	0,777	0,603	0,396		
	EXQ 3	0,787	0,619	0,380		
	EXQ 4	0,724	0,524	0,475		
	EXQ 5	0,848	0,719	0,280		
<i>Revisit Intentions</i>	RI 1	0,786	0,617	0,382	0,500	<b>0,799</b>
	RI 2	0,646	0,417	0,582		
	RI 3	0,670	0,448	0,551		
	RI 4	0,721	0,519	0,480		
<i>Intention to Recommend</i>	IR 1	0,624	0,389	0,610	0,543	<b>0,825</b>
	IR 2	0,773	0,597	0,402		
	IR 3	0,747	0,558	0,441		
	IR 4	0,792	0,627	0,372		

Sumber: Data diolah 2020

Ghozali (2014), menyatakan bahwa hasil pengujian dikatakan reliabel jika memiliki nilai construct reliability  $> 0,6$ . Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa nilai C.R pada 5 variabel penelitian yang nilai masing-masing variabel lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen penelitian tersebut reliable sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

### 3. Analisis Model Struktural

Setelah dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas dari indikator pembentuk variabel laten, analisis selanjutnya adalah analisis Structural Equation Modeling (SEM) secara full model seperti yang terlihat pada gambar 4.6 berikut ini:



Sumber: Data diolah 2020

**Gambar 4.6**  
Analisis Full Model Setelah Uji Validitas

### 4. Evaluasi Asumsi SEM

Dalam penelitian ini adapun evaluasi asumsi SEM yang akan dilakukan adalah evaluasi terhadap kecukupan jumlah sampel yang digunakan dalam proses penganalisan data, uji terhadap kemungkinan adanya *outliers* pada data

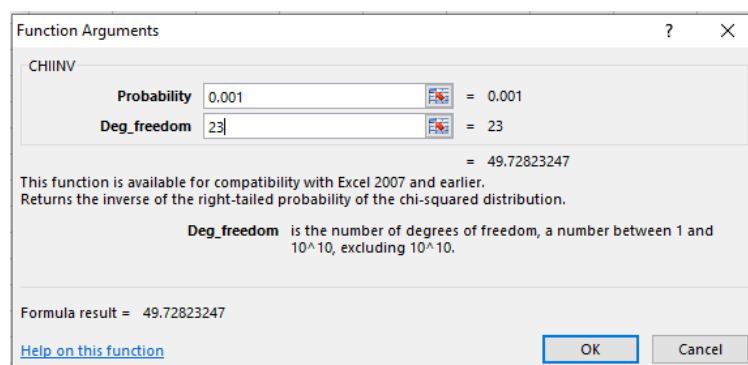
yang berhasil dikumpulkan, selanjutnya akan dilakukan uji normalitas data pada indikator yang digunakan.

#### a. Evaluasi Kecukupan Jumlah Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 133 responden. Jika mengacu pada ketentuan yang berpendapat bahwa jumlah sampel yang representative adalah sekitar 100-200 menurut Ghazali, (2014). Maka, ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi yang di perlukan uji SEM.

#### b. Evaluasi Outliers

Evaluasi terhadap *multivariate outliers* dapat dilihat melalui output AMOS Mahalanobis Distance. Kriteria yang digunakan pada tingkat  $p < 0.001$ . Jarak tersebut dievaluasi dengan menggunakan  $X^2$  pada derajat bebas sebesar jumlah variabel terukur yang digunakan dalam penelitian. Dalam kasus ini indikatornya adalah 23, kemudian melalui program excel pada sub-menu **Insert – Function – CHINV** masukkan probabilitas dan jumlah indikator terukur sebagai berikut:



**Gambar 4.7**  
Nilai Batas *Mahalonobis Distance*

Hasilnya adalah 49,728. Artinya semua data atau kasus yang lebih besar dari 49,728 merupakan outliers multivariate.

**Tabel 4.19**  
Hasil Pengujian *Outliers*

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
21	34.495	.058	1.000
102	34.397	.060	.997
20	34.298	.061	.989
43	33.823	.068	.982
129	33.629	.071	.962
23	33.333	.075	.941
40	33.305	.076	.885
71	33.270	.076	.806
44	33.028	.081	.753
72	32.734	.086	.714
....	.....	.....	.....
....	.....	.....	.....
....	.....	.....	.....

Sumber: Data diolah 2020

Pada tabel 4.19 yang terdapat diatas menunjukkan nilai dari *Mahalanobis Distance*, dari data yang di olah tidak terdeteksi adanya nilai yang lebih besar dari nilai 49,728. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak ada yang *outliers*.

### c. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan *z value (critical ratio)* atau C.R pada output AMOS 24.0) dari nilai skewness dan kurtosis sebaran data. Nilai kritis sebesar  $\pm 2,58$  pada tingkat signifikan 0,01 menurut Ghazali, (2014). Hasil Uji Normalitas data dapat dilakukan pada Tabel 4.20 berikut:



**Tabel 4.20**  
Hasil Uji Normalitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
IR1	2.000	5.000	-.244	-1.149	.362	.852
IR2	2.000	5.000	-.429	-2.022	.896	2.110
IR3	2.000	5.000	-.413	-1.946	.658	1.548
IR4	2.000	5.000	-.589	-2.775	.403	.949
RI4	3.000	5.000	-.042	-.200	-.272	-.640
RI3	3.000	5.000	.081	.381	.290	.683
RI2	3.000	5.000	.065	.306	.302	.710
RI1	3.000	5.000	.084	.398	-.145	-.341
EXQ1	2.000	5.000	-.255	-1.201	.497	1.169
EXQ2	2.000	5.000	-.228	-1.072	.464	1.093
EXQ3	2.000	5.000	-.237	-1.117	.951	2.239
EXQ4	2.000	5.000	-.270	-1.273	.474	1.115
EXQ5	2.000	5.000	-.237	-1.117	.951	2.239
DI1	3.000	5.000	-.541	-2.547	-.848	-1.996
DI2	3.000	5.000	-.171	-.806	-.618	-1.455
DI3	3.000	5.000	-.365	-1.718	-.808	-1.902
DI4	3.000	5.000	-.215	-1.011	-.656	-1.544
DI5	3.000	5.000	-.032	-.149	-.219	-.516
DI6	3.000	5.000	-.005	-.026	-.110	-.259
HI4	2.000	5.000	-.765	-3.604	.286	.673
HI3	2.000	5.000	-.362	-1.705	-.610	-1.437
HI2	2.000	5.000	-.566	-2.664	-.088	-.208
HI1	2.000	5.000	-.575	-2.707	-.334	-.787
Multivariate					7.286	1.239

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.20 menunjukkan uji normalitas secara univariate mayoritas berdistribusi normal karena nilai *critical ratio* (c.r) untuk kurtosis (keruncingan) maupun skewness (kemencengan), berada dalam rentang -2,58 sampai +2,58. Sedangkan secara *multivariate* data memenuhi asumsi normal karena nilai 1,239 berada di dalam rentang  $\pm 2,58$ .

#### d. Identifikasi Model Struktural

Beberapa cara untuk melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi. Analisis SEM hanya dapat dilakukan apabila hasil identifikasi model menunjukkan bahwa model termasuk dalam

kategori *over-identified*. Identifikasi ini dilakukan dengan melihat nilai df dari model yang dibuat.

**Tabel 4.21**  
*Notes for Model*  
*Notes for Model (Default model)*  
*Computation of degrees of freedom (Default model)*

Number of distinct sample moments:	276
Number of distinct parameters to be estimated:	51
Degrees of freedom (276 - 51):	225

Sumber: Data diolah 2020

Hasil output AMOS yang menunjukkan nilai df model sebesar 225. Hal ini mengindikasikan bahwa model termasuk kategori *over identified* karena memiliki nilai df positif. Oleh karena itu analisa data bisa di lanjutkan ke tahap selanjutnya.

**e. Menilai Kriteria Goodness of Fit**

Menilai *goodness of fit* menjadi tujuan utama dalam SEM untuk mengetahui sampai seberapa jauh model yang dihipotesiskan “Fit” atau cocok dengan sampel data. Hasil *goodness of fit* ditampilkan pada data berikut ini:

**Tabel 4.22**  
*Menilai Goodness of Fit*

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut Off Value</i>	<b>Model Penelitian</b>	<b>Model</b>
<i>X<sup>2</sup>Chi-Square</i>	< 260.992	364,759	<i>Marginal Fit</i>
<i>Significant probability</i>	≥ 0,05	0,000	<i>Unfit</i>
CMIN/DF	≤ 2,00	1,621	<i>Good Fit</i>
GFI	≥ 0,90	0,817	<i>Marginal Fit</i>
AGFI	≥ 0,90	0,775	<i>Marginal Fit</i>
CFI	≥ 0,90	0,917	<i>Good Fit</i>
TLI	≥ 0,90	0,907	<i>Good Fit</i>

NFI	$\geq 0,90$	0,812	<i>Marginal Fit</i>
IFI	$\leq 0,90$	0,918	<i>Good Fit</i>
RMSEA	$\leq 0,08$	0,069	<i>Good Fit</i>
RMR	$\leq 0,05$	0,031	<i>Good Fit</i>

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan hasil uji godness of fit indeks pada Tabel 4.22 dapat dilihat bahwa setelah dilakukan uji tersebut dapat dijelaskan nilai rujukan dan hasil uji untuk masing-masing kriteria sebagai berikut:

### 1) *Chi-Square*

Hasil *output* analisis pada *Chi-Square* diperoleh nilai sebesar 364,759. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan *marginal fit* karena angka yang dihasilkan mendekati nilai dari kriteria *cut-of value* yaitu  $< 260.992$ .

### 2) *Probability*

Hasil *output* analisis pada *significance probability* diperoleh nilai 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan *unfit* karena angka yang dihasilkan lebih kecil dari kriteria *cut-of value* yaitu  $\geq 0,05$ .

### 3) *CMIN/DF*

Hasil *output* analisis pada *CMIN/DF* diperoleh nilai sebesar 1,621. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan *good fit* karena angka yang dihasilkan lebih kecil dari kriteria *cut-of value* yaitu  $\leq 2,00$ .

**4) GFI**

GFI menunjukkan tingkat kesesuaian sebuah model secara keseluruhan yang dapat dihitung dari residual kuadrat dari model yang diprediksi kemudian dibandingkan dengan data sebenarnya. Nilai GFI  $\geq 0,90$  merupakan *good fit* atau kecocokan yang baik. Pada penelitian ini didapatkan nilai GFI sebesar 0,817 yang menandakan model pada penelitian ini adalah *marginal fit*, karena angka yang dihasilkan mendekati nilai dari kriteria *cut-of value* yaitu  $\geq 0,90$ .

**5) AGFI**

Hasil *output* analisis pada AGFI diperoleh nilai 0,775. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan *marginal fit* karena angka yang dihasilkan lebih kecil dari kriteria *cut-of value* yaitu  $\geq 0,90$ .

**6) CFI**

CFI merupakan indeks yang relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kerumitan model dalam penelitian, dimana nilai CFI  $\geq 0,90$  menunjukkan *good fit*. Pada model penelitian ini didapatkan nilai CFI pada angka 0,917 yang menunjukkan model penelitian *good fit*.

**7) TLI**

TLI merupakan indeks kesesuaian yang kurang dipengaruhi oleh sampel, dimana nilai TLI  $\geq 0,90$  dinyatakan sebagai *good fit* atau kecocokan yang baik. Pada model penelitian ini didapatkan nilai TLI

sebesar 0,907 yang artinya bahwa model penelitian ini merupakan *good fit* dikarenakan berada dari batas yang ditentukan.

#### 8) NFI

NFI merupakan ukuran perbandingan antara *proposed model* dan *null model*, dimana nilai  $NFI \geq 0,90$  menunjukkan *good fit* sementara itu untuk nilai NFI 0,80 sampai  $< 0,90$  menunjukkan *marginal fit*. Pada penelitian ini didapatkan nilai NFI 0,812 yang menunjukkan *marginal fit*.

#### 9) IFI

IFI merupakan sebuah indeks yang dapat digunakan untuk melihat *goodness of fit* dari suatu model, dimana nilai  $IFI \geq 0,90$  menunjukkan *good fit*. Pada penelitian ini didapatkan nilai IFI pada angka 0,918 yang menunjukkan *good fit*.

#### 10) RMSEA

RMSEA merupakan indeks yang digunakan untuk mengkompensasi nilai *chi-square* dalam sampel yang besar, dimana nilai  $RMSEA \leq 0,08$  menunjukkan *good fit*. Pada penelitian ini nilai RMSEA yang didapatkan adalah 0,069 yang menunjukkan *good fit* dikarenakan berada dibawah nilai yang ditentukan yaitu  $\leq 0,08$ .

#### 11) RMR

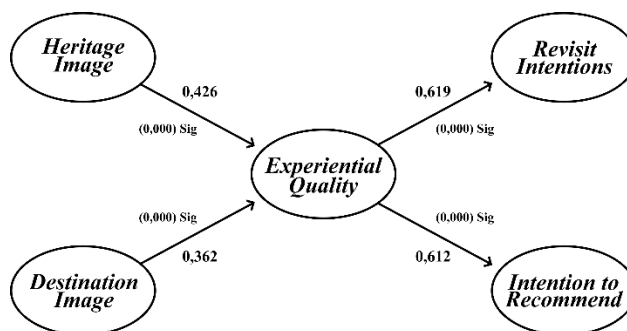
RMR merupakan perwakilan dari nilai rata-rata residual yang diperoleh dari mencocokkan matrik varian-kovarian dari model yang dihipotesiskan dengan matrik varian-kovarian dari data sampel. Model

yang mempunyai *good fit* akan mempunyai nilai  $RMR \leq 0,05$ . Pada penelitian ini didapatkan nilai untuk RMR adalah 0,031 yang menunjukkan *good fit*.

Berdasarkan beberapa penjabaran di atas maka secara keseluruhan pada hasil uji analisis *goodness of fit* mengidentifikasi bahwa model yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Disisi lain, menurut Ghozali, (2014) apabila satu (1) atau dua (2) kriteria *goodness of fit* terpenuhi, maka model dapat dikatakan baik dan layak digunakan dalam penelitian.

#### f. Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur merupakan pengembangan hubungan (korelasi) yang dijelaskan menjadi beberapa interpretasi sebagai akibat yang ditimbulkan (Hakam *et al.*, 2015). Analisis jalur ini dapat memberikan gambaran kekuatan variabel dengan variabel yang lain, baik secara langsung maupun secara tidak langsung.



**Gambar 4.8**  
Analisis Jalur Model Penelitian

Gambar 4.8 tersebut merupakan visualisasi analisis jalur pada penelitian ini. Analisis jalur pada penelitian ini terdiri dari 4 jalur yaitu jalur pengaruh langsung (1) *Heritage Image* terhadap *Experiential Quality* (2)

*Destination Image* terhadap *Experiential Quality* (3) *Experiential Quality* terhadap *Revisit Intentions* dan (4) *Experiential Quality* terhadap *Intention to Recommend*.

**g. Pengaruh Langsung (*Dirrect Effect*)**

Pengaruh langsung (*direct effect*) adalah pengaruh yang dapat dilihat dari koefisien jalur variabel independen ke variabel dependen (Hakam *et al.*, 2015). Hasil uji pengaruh langsung antar variabel disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.23**  
Hasil Uji Pengaruh Langsung (*direct efftet*)

	<i>Destination Image</i>	<i>Heritage Image</i>	<i>Experiential Quality</i>	<i>Intention to Recommend</i>	<i>Revisit Intentions</i>
<i>Experiential Quality</i>	.362	.426	.000	.000	.000
<i>Intention to Recommend</i>	.000	.000	.612	.000	.000
<i>Revisit Intentions</i>	.000	.000	.619	.000	.000

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.23 di atas, dapat diketahui bahwa pengaruh langsung *destination image* terhadap *experiential quality* sebesar 0,362 dan pengaruh langsung *heritage image* terhadap *experiential quality* sebesar 0,426, sedangkan pengaruh langsung *experiential quality* terhadap *revisit intentions* sebesar 0,619 dan terhadap *intention to recommend* sebesar 0,612.

#### h. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) adalah pengaruh yang melewati jalur melalui satu atau lebih variabel perantara (Hakam, *et. al.*, 2015). Hasil uji pengaruh tidak langsung antar variabel disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.24**  
Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung (*indirect effect*)

	<i>Destination Image</i>	<i>Heritage Image</i>	<i>Experiential Quality</i>	<i>Intention to Recommend</i>	<i>Revisit Intentions</i>
<i>Experiential Quality</i>	.000	.000	.000	.000	.000
<i>Intention to Recommend</i>	.221	.261	.000	.000	.000
<i>Revisit Intentions</i>	.224	.263	.000	.000	.000

Sumber: Data diolah 2020

Untuk melihat apakah variabel *experiential quality* memediasi hubungan antara variabel *heritage image* dan *destination image* terhadap *revisit intentions* dan *intention to recommend* yaitu dengan cara membandingkan nilai *standardized direct effects* dan *standardized indirect effects*. Artinya jika nilai *standardized direct effects* lebih kecil dari nilai *standardized indirect effects* maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut memediasi atau mempunyai pengaruh secara tidak langsung dalam hubungan keduanya (Ghozali, 2014).

Berdasarkan hasil analisis *output* tabel 4.23 dan 4.24 di atas, terlihat bahwa pengaruh tidak langsung antar variabel bernilai lebih besar. Hal tersebut juga sesuai dengan hasil uji estimasi model bahwa variabel



*experiential quality* sebagai variabel mediasi atau intervening berpengaruh signifikan terhadap variabel *heritage image*, *destination image* dan *revisit intentions*, *intention to recommend*.

Dengan istilah lain bahwa, dari hasil uji analisa model yang memperlihatkan bahwa hipotesis 5 (H5) dan 6 (H6) di terima, hal tersebut berarti variabel *experiential quality* memediasi pengaruh variabel independen *heritage image* . Selanjutnya hipotesis 7 (H7) dan 8 (H8) diterima, hal tersebut berarti variabel *experiential quality* memediasi pengaruh variabel independen *destination image*.

#### i. Pengaruh Total Efek

Pengaruh total variabel independen terhadap variabel dependen tersaji pada tabel 4.25 sebagai berikut:

**Tabel 4.25**  
Hasil Uji Pengaruh Total (*total effect*)

	<i>Destination Image</i>	<i>Heritage Image</i>	<i>Experiential Quality</i>	<i>Intention to Recommend</i>	<i>Revisit Intentions</i>
<i>Experiential Quality</i>	.362	<b>.426</b>	.000	.000	.000
<i>Intention to Recommend</i>	.221	.261	.612	.000	.000
<i>Revisit Intentions</i>	.224	.263	.619	.000	.000

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan output tabel diatas, variabel *heritage image* memiliki nilai terbesar terhadap variabel *experiential quality*. Hal tersebut berarti dapat disimpulkan bahwa *heritage image* yang dialami oleh wisatawan akan memberikan pengaruh yang paling besar atau dominan secara langsung

terhadap *experiential quality*. *Heritage image* dari Kuta Mandalika seperti sejarah asal mula nama mandalika, budaya yang unik, dan terdapat bangunan – bangunan bersejarah merupakan pengaruh terbesar dalam mempengaruhi tingkat kualitas pengalaman yang didapatkan wisatawan.

**j. *Squad Multiple Correlatioan (SMC)***

Perhitungan *Square Multiple Correlation (SMC)* menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen menjelaskan varians terhadap variabel dependen (Nokelainen, 2009). Hasil Uji *Square Multiple Correlation* terhadap variabel dependen penelitian disajikan pada tabel 4. di bawah ini:

**Tabel 4.26**  
Hasil Uji *Squared Multiple Correlation*

Variabel	Estimate
<i>Experiential Quality</i>	.306
<i>Intention to Recommend</i>	.375
<i>Revisit Intentions</i>	.383

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan pada tabel 4.24 di atas, dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Nilai estimate variabel *Experiential Quality* adalah 0,306 yang berarti bahwa besar kontribusi yang diberikan *Heritage Image* dan *Destination Image* terhadap *Experiential Quality* adalah 30,6%, sedangkan sisanya 69,4% dipengaruhi oleh faktor lain selain *Heritage Image* dan *Destination Image*.

- 2) Nilai estimate variabel *Revisit Intentions* adalah 0,383 yang berarti bahwa besar kontribusi yang diberikan *Experiential Quality* terhadap *Revisit Intentions* adalah 38,3%, sedangkan sisanya 61,7% dipengaruhi oleh faktor lain selain *Experiential Quality*.
- 3) Nilai estimate variabel *Intention to Recommend* adalah 0,375 yang berarti bahwa besar kontribusi yang diberikan *Experiential Quality* terhadap *Intention to Recommend* adalah 37,5%, sedangkan sisanya 62,5% dipengaruhi oleh faktor lain selain *Experiential Quality*.

## F. Uji Hipotesis

### 1. Hasil Estimasi Model

Teknik estimasi model persamaan struktural menggunakan *Maximum Likelihood Estimation* (ML) (Ghozali, 2014). Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan model penelitian yang di bangun dapat dilihat dari hasil estimasi model struktural. Hasil uji estimasi model penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini:

**Tabel 4.27**  
Hasil Uji Estimasi Model

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Keterangan
Heritage Image	→ Experiential Quality	.258	.053	4.845	***	H1 Diterima
Destination Image	→ Experiential Quality	.426	.109	3.924	***	H2 Diterima
Experiential Quality	→ Revisit Intentions	.543	.091	5.968	***	H3 Diterima
Experiential Quality	→ Intention to Recommend	.711	.117	6.064	***	H4 Diterima

Sumber: Data diolah 2020

Nilai P pada tabel 4.27 hasil estimasi model akan dibandingkan dengan nilai kritis 0,05. Apabila nilai  $P < 0,05$  maka dinyatakan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis penelitian diterima., sedangkan nilai P value melebihi 0,05 maka dinyatakan variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis penelitian ditolak.

## **2. Hasil Uji Hipotesis**

### **a. Uji Hipotesis 1**

Berdasarkan *output* hasil dari pengolahan data yang disajikan pada tabel. 4.27 di atas diketahui bahwa nilai P (0,000) mempunyai nilai di bawah nilai kritis 0,05. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis 0 ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis 1 ( $H_1$ ) diterima, sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa *heritage image* berpengaruh positif (+) dan signifikan terhadap *experiential quality*.

**$H_1$  : *Heritage Image* mempunyai pengaruh positif (+) terhadap *Experiential Quality***

### **b. Uji Hipotesis 2**

Berdasarkan *output* hasil dari pengolahan data yang disajikan pada tabel. 4.27 di atas diketahui bahwa nilai P (0,000) mempunyai nilai di bawah nilai kritis 0,05. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis 0 ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis 2 ( $H_2$ ) diterima, sehingga dapat disimpulkan dalam

penelitian ini bahwa *destination image* berpengaruh positif (+) dan signifikan terhadap *experiential quality*.

**H<sub>2</sub> : *Destination Image* mempunyai pengaruh positif (+) terhadap *Experiential Quality***

**c. Uji Hipotesis 3**

Berdasarkan *output* hasil dari pengolahan data yang disajikan pada tabel. 4.27 di atas diketahui bahwa nilai P (0,000) mempunyai nilai di bawah nilai kritis 0,05. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis 0 (H<sub>0</sub>) ditolak dan hipotesis 3 (H<sub>3</sub>) diterima, sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa *experiential quality* berpengaruh positif (+) dan signifikan terhadap *revisit intentions*.

**H<sub>3</sub> : *Experiential Quality* mempunyai pengaruh positif (+) terhadap *Revisit Intentions***

**d. Uji Hipotesis 4**

Berdasarkan *output* hasil dari pengolahan data yang disajikan pada tabel. 4.27 di atas diketahui bahwa nilai P (0,000) mempunyai nilai di bawah nilai kritis 0,05. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis 0 (H<sub>0</sub>) ditolak dan hipotesis 4 (H<sub>4</sub>) diterima, sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa *experiential quality* berpengaruh positif (+) dan signifikan terhadap *intention to recommend*.

**H<sub>3</sub> : *Experiential Quality* mempunyai pengaruh positif (+) terhadap *Intention to Recommend***

### e. Uji Mediasi

Uji mediasi dapat dilihat dari pengaruh hubungan langsung dan tidak langsung. Mediasi mempunyai peran dalam menghubungkan variabel independen pada variabel dependen ketika hubungan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) lebih besar dari pengaruh langsung (*direct effect*).

Hasil uji mediasi dapat dilihat pada tabel 4.28 sebagai berikut:

**Tabel 4.28**  
*Direct effect and indirect effect*

Hubungan antara variabel penelitian				Direct effect	Indirect effect	Keterangan	
<i>Heritage Image</i>	→	<i>Experiential Quality</i>	→	<i>Revisit Intentions</i>	0,000	0,263	Memdiiasi
<i>Heritage Image</i>	→	<i>Experiential Quality</i>	→	<i>Intention to Recommend</i>	0,000	0,261	Memdiiasi
<i>Destination Image</i>	→	<i>Experiential Quality</i>	→	<i>Revisit Intentions</i>	0,000	0,224	Memdiiasi
<i>Destination Image</i>	→	<i>Experiential Quality</i>	→	<i>Intention to Recommend</i>	0,000	0,221	Memdiiasi

Sumber: Data diolah 2020

Hubungan variabel *Heritage Image* terhadap *Revisit Intentions* dan *Intention to Recommend* dimediasi oleh variabel *Experiential Quality*. Hal tersebut berdasarkan nilai pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) sebesar 0,263 dan 0,261 lebih besar dari nilai pengaruh langsung (*direct effect*) sebesar 0,000 dan 0,000.

Selanjutnya hubungan variabel *Destination Image* terhadap *Revisit Intentions* dan *Intention to Recommend* dimediasi oleh variabel *Experiential Quality*. Hal tersebut berdasarkan nilai pengaruh tidak langsung (*indirect*

*effect*) sebesar 0,224 dan 0,221 lebih besar dari nilai pengaruh langsung (*direct effect*) sebesar 0,000 dan 0,000.

### 3. Pembahasan

#### a. Pengaruh *Heritage Image* terhadap *Experiential Quality*

Hasil pengujian hipotesis 1 (H1) menunjukkan bahwa *heritage image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *experiential quality* wisatawan di pantai Kuta Mandalika. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *heritage image* tujuan wisatanya, maka semakin tinggi pula *experiential quality* yang didapatkan wisatawan, demikian sebaliknya semakin rendah *heritage image* tujuan wisatanya, maka semakin rendah tingkat *experiential quality* yang didapatkan.

Pada penelitian ini ditemukan bukti bahwa *heritage image* pantai Kuta Mandalika dengan memiliki sejarah, tradisi dan budaya yang unik mampu meningkatkan *experiential quality* pada wisatawan. Pengelola dan masyarakat yang berperan langsung dalam merawat tradisi dan budaya dapat secara signifikan meningkatkan *experiential quality* pada wisatawan yang datang berkunjung. *Heritage image* pantai Kuta Mandalika terdapat pada sejarah yang unik, bangunan tua yang menjadi rumah adat, berbagai tradisi dan budaya. Dengan kata lain, ketika wisatawan mendapatkan sesuatu yang baru, maka *experiential quality* yang didapatkan semakin bertambah.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rindell, (2013), (Saeedi, 2016), (Wu and Li, 2017) dan (Mehmood,

2018) yang menyatakan bahwa *Heritage Image* berpengaruh secara positif terhadap *Experiential Quality* wisatawan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 (H1) pada penelitian ini diterima.

**b. Pengaruh *Destination Image* terhadap *Experiential Quality***

Hasil pengujian hipotesis 2 (H2) menunjukkan bahwa *destination image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *experiential quality* wisatawan di pantai Kuta Mandalika. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *destination image* tujuan wisatanya, maka semakin tinggi pula *experiential quality* yang didapatkan wisatawan, demikian sebaliknya semakin rendah *destination image* tujuan wisatanya, maka semakin rendah tingkat *experiential quality* wisatawan pada pantai Kuta Mandalika.

Pada model hipotesis kedua, ditemukan bahwa para wisatawan akan mendapatkan *experiential quality* ketika mereka merasa aman dan nyaman pada sebuah destinasi wisata. Hubungan ini terjadi karena Kuta Mandalika memiliki pantai yang berpasir putih dan bersih, dengan ombak yang sesuai untuk melakukan *surfing*, keindahan dasar laut, dan terdapat beberapa bukit disekitar pantai. Selain itu terdapat berbagai macam penginapan dan tempat makan yang terjangkau. Ketika wisatawan mendapatkan *experiential quality* menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan tersebut sesuai dengan manfaat yang mereka dapatkan atau mereka terima.



Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lu *et al.*, 2015), (Shafiee *et al.*, 2016), (Triandewo *et al.*, 2018) dan (Zhang *et al.*, 2018) yang menyatakan bahwa *destination image* berpengaruh secara positif terhadap *experiential quality* wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan semakin tinggi *destination image* pantai Kuta Mandalika, maka semakin tinggi *experiential quality* yang didapatkan wisatawan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 (H2) pada penelitian ini diterima.

**c. Pengaruh *Experiential Quality* terhadap *Revisit Intentions* dan *Intention to Recommend***

Hasil pengujian hipotesis 3 (H3) menunjukkan bahwa *experiential quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intentions* dan hasil pengujian hipotesis 4 (H4) menunjukkan bahwa *experiential quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to recommend*. *Revisit intentions* dan *intention to recommend* merupakan niat perilaku wisatawan yang positif, hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *experiential quality* wisatawan, maka akan berdampak positif pada niat perilaku wisatawan.

Pada hipotesis 3 (H3) dan hipotesis 4 (H4), hasilnya memberikan bukti bahwa wisatawan yang datang berkunjung ke pantai Kuta Mandalika puas dengan keindahan alam, dan pelayanan dari pengelola maupun masyarakat pantai Kuta Mandalika, sehingga pada akhirnya menjadi pengalaman yang berkesan bagi wisatawan (*experiential*

*quality*). Dalam hal ini berarti semakin tinggi pengalaman wisatawan sampai menjadi pengalaman yang tak terlupakan, maka wisatawan bersedia untuk datang mengunjungi kembali pantai Kuta Mandalika di lain kesempatan dan merekomendasikan pantai Kuta Mandalika kepada orang lain.

Dengan demikian, kita dapat menyimpulkan bahwa *experiential quality* wisatawan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh pengelola dan masyarakat pantai Kuta Mandalika, karena apabila pengelola dan masyarakat mampu menciptakan *experiential quality* wisatawan yang tinggi, maka akan menghasilkan timbal balik yang tinggi juga dari wisatawan. Dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa *experiential quality* wisatawan tinggi, karena apa yang mereka harapkan atau inginkan dari pantai Kuta Mandalika sesuai dengan ekspektasi mereka.

Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Manthiou *et al.*, 2015), (Tsai, 2016), (Wu *et al.*, 2017), (Zhang *et al.*, 2018) dan (Chen *et al.*, 2018) yang menyatakan bahwa *experiential quality* berpengaruh secara positif terhadap niat perilaku wisatawan, seperti *revisit intentions* dan *intention to recommend*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 (H3) dan hipotesis 4 (H4) pada penelitian ini diterima.

#### 4. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini memiliki implikasi manajerial yang dapat digunakan sebagai rencana strategis oleh pengelola pantai Kuta Mandalika dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Lombok Tengah dalam meningkatkan *heritage image*, *destination image*, dan *experiential quality* wisatawan yang pada akhirnya berdampak pada niat perilaku wisatawan terhadap pantai Kuta Mandalika.

- a. Diketahui bahwa *heritage image* pantai Kuta Mandalika mempengaruhi *experiential quality* wisatawan. Saeedi, (2016) menjelaskan bahwa *heritage image* telah dikaitkan secara positif dengan tingginya kualitas wisata dengan memanfaatkan warisan sejarah yang unik, dengan demikian sesuai dengan hasil penelitian ini, pengelola dan masyarakat di pantai Kuta Mandalika harus merawat tradisi dan budaya yang sudah ada agar mempunyai nilai yang tinggi bagi wisatawan – wisatawan yang datang berkunjung ke pantai Kuta Mandalika.
- b. Diketahui bahwa *destination image* pantai Kuta Mandalika mempengaruhi *experiential quality* wisatawan. Zhang *et al.*, (2018) menjelaskan *destination image* adalah bagian mikro dari pariwisata internasional sebagai inti dari citra produk wisata yang terkait dengan tempat-tempat wisata dan fasilitas wisata, yang secara langsung memenuhi kebutuhan inti wisatawan. Responden pada penelitian ini adalah wisatawan mancanegara, dengan demikian sesuai dengan hasil penelitian, dimana fasilitas, pelayanan dan kebersihan harus tetap

ditingkatkan, agar *experiential quality* yang didapatkan wisatawan semakin tinggi. Bersikap ramah kepada wisatawan dan menjalin komunikasi yang baik menunjukkan bahwa pengelola dan masyarakat setempat memiliki rasa peduli yang tinggi terhadap wisatawan yang berkunjung ke pantai Kuta Mandalika.

- c. Diketahui bahwa *experiential quality* wisatawan dapat mempengaruhi niat perilaku wisatawan untuk *revisit intentions* dan *intention to recommend*. Chen *et al.*, (2018) menjelaskan dalam wisata budaya, tingginya kualitas pengalaman yang didapatkan wisatawan mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung kembali dan bersedia merekomendasikan kepada orang lain. Sesuai dengan hasil penelitian ini, pengelola dan masyarakat harus tetap membuat kualitas pengalaman yang tinggi pada wisatawan, agar terjadi kunjungan yang berulang dan mengatakan hal positif tentang pantai Kuta Mandalika. Kualitas pengalaman dapat meningkatkan daya saing sebuah destinasi, oleh karena itu bagi pengelola destinasi sangat penting untuk mengutamakan kualitas pengalaman yang didapatkan wisatawan untuk menciptakan wisatawan yang loyal terhadap destinasi tersebut.