

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 23 Oktober 2018

Miftahul Khair Bakhri

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan ridho-Nya tesis ini dapat disusun dan diselesaikan. Selama menempuh pendidikan dan penulisan serta penyelesaian tesis ini penulis banyak memperoleh dukungan baik secara moril maupun maeriil dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis haturkan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Drs. Anas Hidayat, M.B.A., Ph.D selaku pembimbing yang di dalam berbagai kesibukan dapat menyempatkan diri membimbing dan mengarahkan serta memberi petunjuk dan saran yang berharga bagi penulisan tesis ini;
2. Pengelola, dosen pengajar dan staff sekretariat Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia, yang telah banyak membantu penulis selama mengikuti perkuliahan;
3. Para responden yang sudah mempercayakan data – data mereka untuk dijadikan sampel penelitian.
4. Teman seperjuangan Angkatan 47D dan Konsentrasi pemasaran yang sudah memberian support baik secara moral dan materiil.
5. Kedua orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan dorongan dan doa restu kepada penulis.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan berkat dan anugrah-Nya berlimpah bagi beliau-beliau yang tersebut di atas. Sangat disadari dalam tesis ini terdapat banyak kekurangan oleh karena itu semua saran dan kritik penulis terima dengan lapang dada demi kesempurnaan penulisan ini. Akhirnya harapan penulis semoga tesis ini bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 23 Oktober 2018

Miftahul Khair Bakhri

**PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN TERHADAP NILAI YANG
DIPERSEPSIKAN, PENGETAHUAN PRODUK, KEPUASAN, DAN NIAT
PERILAKU: MAHASISWA PASCASARJANA
(STUDI KASUS: WISATA MUSEUM YOGYAKARTA)**

Miftahul Khair Bakhri

Program Pascasarjana Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta

E-mail: rul.sukes@gmail.com

ABSTRAK

Untuk lebih memahami kebutuhan pengunjung pada wisata museum di Yogyakarta, makalah ini mengusulkan kerangka konseptual yang mengklasifikasikan means-end theory di tiga tingkatan: atribut produk = experience quality; nilai-nilai pribadi = perceived value, product knowledge; dan konsekuensi penggunaan = satisfaction dan behavioral intention. Penulis secara empiris menguji seluruh kerangka dalam model penelitian dengan mensurvei 264 sampel mahasiswa pascasarjana pada universitas-universitas yang ada di Yogyakarta. Uji Analisis SEM (Program AMOS v 23 dan SPSS) digunakan untuk menganalisis pengaruh keseluruhan variabel pada hipotesis yang sudah dibuat. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pengalaman pengunjung museum secara langsung mempengaruhi kepuasan, dan / atau tidak langsung mempengaruhi niat perilaku mereka. Pengetahuan produk pengunjung museum secara langsung mempengaruhi kepuasan, dan / atau tidak langsung mempengaruhi niat perilaku mereka. Nilai yang dipersepsikan pengunjung museum secara langsung mempengaruhi kepuasan, dan / atau tidak langsung mempengaruhi niat perilaku mereka.

Kata kunci: teori means-end, kualitas pengalaman, nilai yang dipersepsikan, pengetahuan produk, kepuasan dan niat perilaku.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Permasalahan	9
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Wisata Museum Yogyakarta.....	11
2.2 Means-End Theory.....	12
2.3 Behavioral Intention.....	14
2.4 Satisfaction.....	16
2.5 Product Knowledge.....	20
2.6 Perceived Value	23
2.7 Experience Quality.....	25
2.8 Model Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.2 Jumlah Sampel	33
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
3.3.1 Experience Quality	34
3.3.2 Perceived Value	34
3.3.3 Product Knowledge.....	35

3.3.4	Satisfaction.....	35
3.3.5	Behavioral Intention.....	35
3.4	Instrumen Pengumpulan Data.....	36
3.5	Skala.....	36
3.6	Uji Validitas	36
3.7	Uji Reliabilitas	39
3.8	Analisis Data	40
3.8.1	Analisis Deskriptif	40
3.8.2	Analisis Struktural Equation Model (SEM)	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Deskripsi Data	49
4.2	Deskriptif Karakteristik Responden.....	50
4.3	Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	53
4.4	Hasil Analisis SEM	55
4.4.1	Uji Asumsi	55
4.4.1.1	Uji Normalitas.....	55
4.4.1.2	Evaluasi atas Univariate outliers	56
4.4.1.3	Evaluasi atas Multivariate outliers	57
4.4.2	Hasil Goodness Of Fit SEM.....	58
4.4.2.1	Gambar Goodness Of Fit SEM	58
4.4.2.2	Evaluasi atas kriteria Goodness Of Fit.....	58
4.4.2.3	Hasil Uji Hipotesis	60
4.5	Pembahasan.....	61
BAB V	PENUTUP.....	65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran.....	66
	DAFTAR PUSTAKA.....	68
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	84