

UNES JOURNAL

Social and Economics Research

Volume 2, Issue 2, December 2017

P-ISSN 2528-6218 E-ISSN 2528-6838

Open Access at: <http://journal.univ-ekasakti-pdg.ac.id>

PERCEIVED VALUE DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP EHAVIORAL INTENTION WISATAWAN DI TAPLAU PADANG

PERCEIVED VALUE AND PERCEIVED QUALITY TO BEHAVIORAL INTENTION TOURISTS IN TAPLAU PADANG

Yuni Candra¹, Hesti Mayasari²

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Taman Siswa Padang. E-mail: yuni.candra80@gmail.com

²Fakultas Ekonomi, Universitas Taman Siswa Padang. E-mail: hestimayasari27@gmail.com

INFO ARTIKEL

Koresponden

Yuni Candra

yuni.candra80@gmail.com

Kata kunci:

*perceived value,
perceived quality,
behavioral intention*

hal: 143 - 149

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *perceived value* dan *perceived quality* secara parsial terhadap *behavioral intention* wisatawan di Taplau Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang berkunjung di Taplau Padang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 responden, menggunakan teknik penarikan sampel non *probability sampling*, dengan cara *purposive sampling*. Penelitian ini untuk membuktikan *perceived value* dan *perceived quality* dapat mempengaruhi *behavioral intention* wisatawan. Menggunakan metode analisis kuantitatif deskriptif dengan menggunakan pengujian hipotesis secara statistik. Tahapan pengujian yang penulis lakukan meliputi uji regresi linear berganda, uji t-statistik dan koefisien determinasi (R²).

Copyright © 2017 JSER. All rights reserved

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Correspondent: Yuni Candra yuni.candra80@gmail.com Keywords: <i>perceived value, perceived quality, behavioral intention</i> page: 143 - 149	<i>The purpose of this study was to determine the effect of perceived valued and perceived quality partially to the behavioral intention of tourists in Taplau Padang. The population in this study is domestic tourists who visit in Taplau Padang. The number of samples in this study is 30 respondents, using the technique of sampling non probability sampling, by way of purposive sampling. This study to prove perceived value and perceived quality can influence the behavioral intention of tourists. Using descriptive quantitative analysis method by using hypothesis testing statistically. Stages of testing the authors do include multiple linear regression test, t-statistical test and coefficient of determination (R²).</i>

Copyright © 2017 JSER. All rights reserved

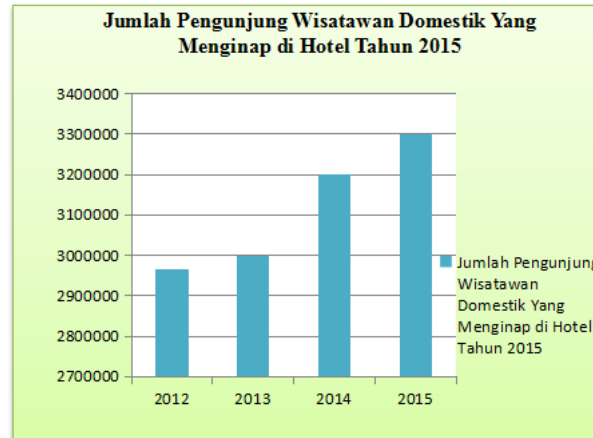
PENDAHULUAN

Kota Padang merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Barat, mempunyai berbagai tempat objek wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan lokal, domestik maupun manca negara. Salah satu tempat wisata yang layak dikunjungi adalah pantai Padang atau sering juga oleh masyarakat dengan sebutan Taplau (tapi lauik) Padang. Taplau Padang mempunyai pemandangan laut yang indah dan terletak di pusat kota Padang.

Taplau Padang, disamping memiliki keindahan laut, para wisatawan juga dapat dimanjakan dengan kuliner dan arena bermain. Fasilitas yang dimiliki berupa gazebo, trotoar, tempat parkir, tempat berdagang, tempat bermain anak, toilet, mushalla. Sarana penunjang lainnya yang tersedia berupa restoran, hotel, pujasera yang berada di sisi jalan sekitar pantai. Taplau Padang sendiri memiliki nama kecil di sepanjang Taplau tersebut, seperti, Pantai Muaro Lasak, Pantai Hangtuh, Pantai Cimpago dan Pantai Purus. Saat ini, Taplau Padang masuk ke dalam rencana strategi pembangunan Kota Padang.

Menurut visi dan misi Kota Padang tahun 2015 pada urutan No. 10 tentang Objek Wisata menjelaskan bahwa "Menjadikan pantai Padang sebagai salah satu wisata keluarga dan kovensi yang layak dan ramah bagi wisatawan, serta merevitalisasi objek wisata yang baik bagi wisatawan. Kunjungan wisatawan ke Taplau Padang dapat dilihat dari jumlah wisatawan yang menginap di Hotel, terlihat pada Gambar 1.

Dari Gambar 1 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung wisatawan domestik ke padang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, di tahun 2015 wisatawan domestik menginap di Hotel kota Padang berjumlah 3.298.454 wisatawan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pengaruh *perceived valued* dan *perceived quality* secara parsial dan simultan terhadap *behavioral intention* wisatawan di Taplau Padang.



Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Padang

Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik Tahun 2015

Zeithaml dalam Ernawati dan Sriwidodo (2012) *perceived value* didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh konsumen atas manfaat dari suatu produk atau jasa berdasarkan persepsi atas apa yang telah diberikan dan atas apa yang telah didapat. Chi (2011), Indikator *perceived value* adalah sebagai berikut: Nilai fungsional, Nilai emosional, Nilai sosial.

Hellier et al. (2003), Spais dan Vasileiou (2006) mendefinisikan *perceived quality* sebagai penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap atribut produk. Wisnalmawati (2005) mengindikasikan bahwa faktor persepsi kualitas seperti dimensi penampilan fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh terhadap niat berperilaku wisatawan.

Behavioral intention mencakup pembelian kembali dan niat rekomendasi (Zeithaml dkk., 1996; Chen, 2008). Ferdinand dalam Saidani dan Arifin (2012), indikator *behavioral intention* adalah sebagai berikut: Tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk, Mempertimbangkan untuk membeli suatu produk, Tertarik untuk mencoba produk, Ingin membeli produk

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2013:7) penelitian kuantitatif deskriptif penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hipotesis merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini metode penelitian kuantitatif digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh *perceived value* dan *perceived quality* terhadap *behavioral intention* wisatawan di Taplau Padang.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang berkunjung di Taplau Padang, yang jumlah populasinya tidak diketahui. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teorinya Sekaran (2002:252), sebaiknya ukuran sampel diantara 30 sampai 500 elemen, untuk penelitian ini sampel diambil sebesar 30 responden dengan menggunakan *non probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel didasarkan atas ciri khusus dari sejumlah sampel yang dianggap telah mewakili populasi, Sekaran (2002:252).

Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2012:121), jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik observasi, angket, dan kepustakaan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi R^2

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linear Berganda

Untuk menentukan nilai variabel X terhadap Y, *Perceived Value* dan *Perceived Quality* terhadap *Behavioral Intention* di Taplau Padang, maka di uji dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS for Windows versi 24 yang dikemukakan pada Tabel 1.

Tabel 1
Hasil Analisis Data Untuk Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,255	3,877		1,356	,186
	Perceived_Value	,751	,208	,567	3,608	,001
	Perceived_Qualit y	,233	,123	,299	1,902	,068

a. Dependent Variable: Behavioral_Intention

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 24 for Windows, Tahun 2017

Berdasarkan Tabel 1 maka ringkasan hasil pengujian dapat diformulasi dengan Persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,255 + 0,751X_1 + 0,233X_2 + e$$

Persamaan Regresi Linier Berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai *Constanta* 5,255 artinya jika nilai *Perceived Value* dan *Perceived Quality* (konstan) maka *Behavioral Intention* di Taplau Padang sudah ada sebesar 5,255 satuan.
2. *Perceived Value* = 0,751 hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 (satuan) *Perceived Value* dengan *Perceived Quality* (konstan) maka terjadi peningkatan *Behavioral Intention* di Taplau Padang sebesar 0,751.
3. *Perceived Quality* = 0,233 hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu (satuan) *Perceived Quality* Pantai Padang dengan *Perceived Value* (konstan) maka terjadi peningkatan *Behavioral Intention* di Taplau Padang sebesar 0,233.

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji masing-masing variabel atau secara parsial variabel Independent *Perceived Value* dan *Perceived Quality* terhadap *Behavioral Intention* di Taplau Padang, maka dilakukan pengujian statistik dengan melakukan Uji t.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan maka ditemukan hasil seperti yang terlihat pada Tabel 2.

Tabel 1.2.
Hasil Analisis Data Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,255	3,877		1,356	,186
	Perceived_Value	,751	,208	,567	3,608	,001
	Perceived_Qualit y	,233	,123	,299	1,902	,068

a. Dependent Variable: Behavioral_Intention

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 24 for Windows, Tahun 2017

Berdasarkan hasil pengujian secara uji t (Uji parsial) mengenai distribusi masing-masing variabel *Perceived Value* dan *Perceived Quality* terhadap *Behavioral Intention* di Taplau Padang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hasil uji t untuk distribusi *Perceived Value* terhadap *Behavioral Intention*. Hasil Uji t ini menghasilkan $t_{hitung} 3,608 > t_{tabel} 1,699$ dengan nilai signifikansi $0,001 < level\ of\ significant\ 0,05$ maka hasil penelitian berdistribusi dengan hasil positif berarti hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak untuk menyatakan bahwa *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* di Taplau Padang.
2. Hasil uji t untuk distribusi *Perceived Quality* terhadap *Behavioral Intention* menghasilkan $t_{hitung} 1,902 > t_{tabel} 1,699$ dengan nilai signifikansi $0,068 < level\ of\ significant\ 0,05$ maka hasil penelitian berdistribusi dengan hasil positif. Hasil Uji t ini berarti hipotesis H_a ditolak dan H_o diterima untuk menyatakan bahwa *Perceived Quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* di Taplau Padang. Sugiyono (2012:251) menyatakan bahwa pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan tingkat kesalahan 5%.

Uji F (Simultan)

Hasil Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Value* dan *Perceived Quality* terhadap *Behavioral Intention* di Taplau Padang secara Simultan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Hasil Analisis Data Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	443,066	2	221,533	24,154	,000 ^b
	Residual	247,634	27	9,172		
	Total	690,700	29			

a. Dependent Variable: Behavioral_Intention

b. Predictors: (Constant), Perceived_Quality, Perceived_Value

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 24 for Windows, Tahun 2017

Hasil uji F untuk menguji variabel secara simultan terhadap Y, *Perceived Value* dan *Perceived Quality* secara bersama terhadap *Behavioral Intention* seperti yang dikemukakan pada Tabel 1.3 menghasilkan $F_{hitung} 24,154 > F_{tabel} 4,20$ dengan nilai signifikansi $0,000 < level\ of\ significant\ 0,05$. Maka hasil Uji F ini berarti hipotesis H_o

ditolak dan H_a diterima untuk menyatakan bahwa *Perceived Value* dan *Perceived Quality* secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* di Taplau Padang.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Pengujian koefisien determinasi untuk mengetahui pengaruh *Perceived Value* dan *Perceived Quality* terhadap *Behavioral Intention* di Taplau Padang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4
Hasil Analisis Data Untuk Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	,801 ^a	,641	,615	3,02847	,641	24,154	2	27	,000	1,911

a. Predictors: (Constant), *Perceived_Quality*, *Perceived_Value*

b. Dependent Variable: *Behavioral_Intention*

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 24 for Windows, Tahun 2017

Hasil Pengujian koefisien determinasi untuk menentukan kontribusi variabel X terhadap variabel Y *Perceived Value* dan *Perceived Quality* secara bersamaan terhadap *Behavioral Intention* di Taplau Padang yang dikemukakan pada Tabel 4.

Menghasilkan nilai koefisien determinasi pada kolom *Adjusted R Square* 0,615 Maksudnya adalah besarnya kontribusi pengaruh *Perceived Value* dan *Perceived Quality* terhadap *Behavioral Intention* wisatawan di Taplau Padang sebesar 61,5% dan sisanya sebesar 38,5% dipengaruhi oleh variabel selain dari pengaruh *Perceived Value* dan *Perceived Quality*.

IMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Variabel *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* wisatawan di Taplau Padang dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$.
2. Variabel *perceived quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* wisatawan di Taplau Padang, dengan nilai signifikan sebesar $0,068 > 0,05$.
3. Variabel *perceived value* dan *perceived quality* berpengaruh secara simultan terhadap *behavioral intention* wisatawan di Taplau Padang, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sedangkan nilai *adjusted R Square* sebesar 0,359. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 61,5% sisanya 38,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian.

Saran

1. Para pemangku kepentingan untuk lebih menjadikan Taplau Padang sebagai tempat yang menarik untuk dikunjungi sehingga para wisatawan memunculkan perasaan senang bagi wisatawan ketika berkunjung di Taplau Padang. Di samping itu perlu juga untuk memberdayakan masyarakat sekitar Taplau Padang untuk membangun hubungan yang baik dan ramah bagi para wisatawan.
2. Keindahan pantai Padang perlu di tata dan dipertahankan sehingga menimbulkan niat para wisatawan untuk berkunjung. Keindahan pantai tersebut

dapat memunculkan informasi yang baik bagi wisatawan untuk memberi rekomendasi bagi keluarga, teman dan pihak lain untuk datang berkunjung ke Taplau Padang.

3. Bagi penelitian lain untuk dapat menambah sampel yang diteliti dan variabel lain yang sesuai dengan kondisinya pada saat akan melakukan penelitian.

Daftar Pustaka

- Chen, C.F. (2008). *Investigating structural relationships between service quality, perceived value, satisfaction, and behavioral intentions for air passengers: Evidence from Taiwan*. Transport Resources Part A, 42(4), 709-717.
- Chi, Hsinking, Yeh, Huery Ren & Tsai, Yi Ching. 2011. *The Influences of Perceived Value on Consumer Purchase Intention: The Moderating Effect of Advertising Endorser*. Journal of International Management-jimsjournal.
- Ernawati dan Untung Sriwidodo. 2012. *Faktor yang Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dan Behavioral Intention dengan Perceived Value Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Ekonomi dan ewirausahaan, Vol. 12 No.1, pp 47-57.
- Hellier, P. K., G. M. Geursen, R. A. Carr & J. A. Rickard. 2003. *Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model*. European Journal of Marketing, Vol. 37, No. 11/12, pp.1762-1800.
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Vol. 3 No. 1, pp 1-22.
- Sekaran, Umar. 2002. *Research Methods For Business Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Spais, G. S. & K. Vasileiou. 2006. *Path Modeling The Antecedent Factors To onsumer Repurchase Intentions For Advanced Technological Food Products: Some Correlations Between Selected Factor Variables*. Journal of Business Case Studies, Vol. 2, No. 2, Second Quarter.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta. Bandung.
- Wisnalmawati. 2005. *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan terhadap Niat Pembelian Ulang*. Jurnal Ekonomi & Bisnis, No. 3, Jilid 10.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasurman, A. (1996). *The behavioral consequences of service quality*. Journal of Marketing(60(2)), 31-46.

=====