



ABSTRACT

The purpose of this study is to examine Jogjakarta visitors' perception of product and services in term of important value and satisfaction by visitor origin. A number of environmental and socioeconomic factors are expected to influence the development of the tourism industry the next decade. These include increased competition, enhanced technological sophistication, demographic change, and a greater demand for tourism related services. All are likely to have impact on the perception, management, and significance of service quality in tourism. This factors has to be considered by all parties involved in this business in Jogjakarta, since tourism considered as one of the fund contributor in Jogjakarta.

The first objective of this study is to identify significant differences related to importance value, expected performance, and perceived performance among tourist from different country of residence. It is analyze using analysis of variance (ANOVA). Second is to identify significant difference between perceived performance and expected performance, and this hypothesis analyze by independent sample t-test. Third is to analyze the influence of country of residence to satisfaction feeling, it is analyze using Contingency Correlation Analysis. Fourth is to analyze important value as a causal function of satisfaction feeling. Regression Analysis analyze fourth hypothesis. The Importance-Satisfaction Analysis is used to analyze customers' assessments of the importance of salient attributes attach to Jogjakarta tourism places and their level of satisfaction with the attributes.

The result are as follows: there is significant differences related to importance value, expected performance, and perceived performance among tourist from different country of residence; the significant difference between perceived performance and expected performance only happen in The United Kingdom and The Netherland; satisfaction feeling is influenced by country of residence; important value is a causal function of satisfaction feeling; and finally, the Importance-Satisfaction Analysis shows that foreign tourists are dissatisfied toward all the attributes attach to Jogjakarta tourism places.

Keywords: The Importance-Satisfaction Analysis, perceived performance, expected performance, country of residence.



INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari persepsi wisatawan yang berkunjung ke Jogjakarta tentang produk dan service wisata yang tersedia dalam kerangka important value dan satisfaction berdasar asal negara wisatawan tersebut. Banyak sekali faktor lingkungan dan sosioekonomi yang diharapkan akan mempengaruhi perkembangan industri pariwisata pada decade yang akan datang. Termasuk di dalamnya kompetisi, teknologi yang semakin maju, perubahan demografis, dan meningkatnya permintaan terhadap servis yang berkaitan dengan pariwisata. Semua seperti ini mempengaruhi persepsi, manajemen, dan kualitas servis yang baik dalam pariwisata. Faktor-faktor ini harus menjadi pertimbangan bagi semua pihak yang terkait di dalam bisnis pariwisata di Jogjakarta, sebab pariwisata merupakan salah satu penyumbang pendapatan bagi Jogjakarta.

Tujuan pertama dari penelitian ini adalah mengidentifikasi adanya perbedaan yang signifikan terkait dengan importance value, perceived performance, dan expected performance diantara wisatawan yang berasal dari negara yang berbeda. Tujuan ini akan dianalisis menggunakan ANOVA. Tujuan kedua adalah untuk mengidentifikasi adanya perbedaan yang signifikan antara perceived performance dan expected performance, dan dianalisa menggunakan independent sample t-test. Tujuan ketiga adalah untuk menganalisa apakah negara asal akan mempengaruhi kepuasan dengan menggunakan Contingency Correlation. Tujuan keempat adalah untuk menganalisa pengaruh importance value terhadap kepuasan menggunakan Analisa Regresi. Kemudian kerangka Importance-Satisfaction dipergunakan untuk menganalisa penilaian wisatawan terhadap importance value dari atribut yang terdapat pada tempat-tempat wisata di Jogjakarta dan tingkat satisfaction mereka.

Hasil yang didapat adalah sebagai berikut: terdapat perbedaan yang signifikan antara negara terkait dengan importance value, perceived performance, dan expected performance; perceived performance dan expected performance berbeda secara signifikan hanya pada dua negara, yaitu Inggris dan Belanda; negara asal wisatawan terbukti mempengaruhi kepuasan wisatawan; importance value memiliki fungsi kausal terhadap kepuasan; dan akhirnya, dari kerangka Importance-Satisfaction Analysis diketahui bahwa wisatawan asing masih merasa tidak puas terhadap produk dan servis yang ada dalam tempat-tempat wisata di Jogjakarta.

Kata kunci: Importance-Satisfaction Analysis, perceived performance, expected performance, negara asal.