

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
REVISIT INTENTION PADA TURIS DANAU TOBA**

MONICA GRACE PURBA

1705617019



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

***FACTOR INFLUENCING REVISIT INTENTION
OF LAKE TOBA TOURISTS***

MONICA GRACE PURBA

1705617019



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This thesis is written as one of the requirements for getting Bachelor of Management Degree on Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta

BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* dan *revisit intention* pada turis Danau Toba. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung atau wisatawan Danau Toba. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 200 responden dipilih dengan *purposive sampling*. Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan program AMOS. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *service quality*, *destination image* dan *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Selanjutnya *service quality*, *perceived value* dan *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* dan *destination image* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*.

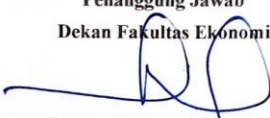





Kata kunci : *customer satisfaction*, *destination image*, *perceived value*, *revisit intention*, *service quality*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence customer satisfaction and revisit intention in Danau Toba's tourists. The population in this study were visitors or tourists in Danau Toba. While sample size are 200 respondents, selected by purposive sampling. The data obtained from the questionnaire data were then analyzed using the AMOS program. The results of the study showed that service quality, destination image and perceived value have a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality, perceived value and customer satisfaction have a positive and significant effect on revisit intention and destination image has no positive and significant effect on revisit intention.

Keywords : customer satisfaction, destination image, perceived value, revisit intention, service quality

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Rahmi, S.E, M.S.M NIP.198305012018032001 (Ketua Penguji)		15 Desember 2021
2	Suherman, S.E, M.Si NIP.197311162006041001 (Penguji 1)		17 Desember 2021
3	Andi Muhamad Sadat, S.E, M.Si NIP.197412212008121001 (Penguji 2)		15 Desember 2021
4	Prof. Usep Suhud, M.si., Ph.d NIP.197002122008121001 (Pembimbing 1)		01 Desember 2021
5	Shandy Aditya, BIB,MPBS NIP.198404082019031003 (Pembimbing 2)		01 Desember 2021
Nama : Monica Grace Purba No. Registrasi : 1705617019 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 01 Desember 2021			

LEMBAR ORIGINALITAS

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain.

Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutksn nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka,

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berani menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, 14 Februari 2022

Yang membuat pernyataan



(Monica Grace Purba)

No.Reg 1705617019

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Monica Grace Purba
NIM : 1705617019
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen
Alamat email : purbamonica@ gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REVISIT INTENTION PADA TURIS
DANAU TOBA**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Februari 2022



(Monica Grace Purba)

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana dengan judul penelitian “ **Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Revisit Intention* pada Turis Danau Toba**”

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada bapak **Dr. Ari Saptono, SE,M.Pd.** selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Kepada bapak **Dr. Suherman, S.E, M.Si** selaku koordinator Program Studi S1 Manajemen. Kepada bapak **Prof. Usep Suhud, M.Si.,Ph.D** selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi serta bapak **Shandy Aditya, BIB, MPBS** selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi. Kepada kedua orang tua Jon Fery Fotton Purba dan Elferida Damanik yang selalu memberikan doa, motivasi dan dukungan secara moril maupun materil . serta kepada teman-teman yang telah mendukung khususnya bagi teman-teman mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Jakarta 2017.

Jakarta, Oktober 2021



Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR ORIGINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Pertanyaan Penelitian	10
3. Tujuan Penelitian	10
4. Kebaruan Penelitian	11
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA.....	21
1. Latar Belakang Teori.....	21
A. <i>Revisit Intention</i>	21
B. <i>Service Quality</i>	23
C. <i>Destination Image</i>	25
D. <i>Perceived Value</i>	27
E. <i>Customer Satisfaction</i>	29
2. Review Penelitian Terdahulu	31
3. Kerangka Teori dan Hipotesis	36
A. <i>Service Quality dan Customer Satisfaction</i>	36
B. <i>Service Quality dan Revisit Intention</i>	37
C. <i>Destination Image dan Customer Satisfaction</i>	38
D. <i>Destination Image dan Revisit Intention</i>	38

E. <i>Perceived Value dan Customer Satisfaction</i>	39
F. <i>Perceived Value dan Revisit Intention</i>	40
G. <i>Customer Satisfaction dan Revisit Intention</i>	41
Hipotesis	44
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN	45
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	45
2. Pendekatan Penelitian.....	46
3. Populasi dan Sampel	46
A. Populasi	46
B. Sampel.....	46
4. Penyusunan Instrumen	47
5. Teknik Pengumpulan Data	50
6. Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV	59
HASIL DAN PEMBAHASAN	59
1. Deskripsi Data.....	59
2. Pembahasan	62
BAB V.....	79
PENUTUP.....	79
1. Kesimpulan.....	79
2. Saran.....	82
Daftar Pustaka	84
Lampiran	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbedaan Penelitian Terdshulu dan penelitian Sekarang	12
Tabel 1. 2 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	13
Tabel 1. 3 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	14
Tabel 1. 4 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	15
Tabel 1. 5 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	16
Tabel 1. 6 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	17
Tabel 1. 7 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	18
Tabel 1. 8 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	20
Tabel 2. 1 Jurnal-jurnal Penelitian Variabel	42
Tabel 3. 1 Skala untuk Mengukur <i>service quality</i> (Boonlertvanich, 2019, p. 301).....	47
Tabel 3. 2 Skala untuk Mengukur <i>Destination Image</i> (Ruiz et al., 2018, p. 65)	47
Tabel 3. 3 Skala untuk Mengukur <i>Perceived Value</i> (H. Kim et al., 2015, p. 471)	48
Tabel 3. 4 Skala untuk Mengukur <i>customer satisfaction</i> (Parawansa, 2018, p. 5)	48
Tabel 3. 5 Skala untuk Mengukur <i>revisit intention</i> (Lin, 2013, p. 195).....	49
Tabel 3. 6 Skala Pengukuran	50
Tabel 3. 7 Goodness of Fit Indices	57
Tabel 4. 1 Penggolongan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Penggolongan Respoden Berdasarkan Penghasilan	59
Tabel 4. 3 Penggolongan Responden Berdasarkan Pendidikan yang Ditamatkan.....	60
Tabel 4. 4 Penggolongan Responden Berdasarkan Status Pernikahan	61
Tabel 4. 5 Penggolongan Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	61
Tabel 4. 6 <i>Factor Analysis of Service Quality</i>	62
Tabel 4. 7 <i>Exploratory Factor Analysis of Service Quality</i>	63
Tabel 4. 8 <i>Factor Analysis of Destination Image</i>	63
Tabel 4. 9 <i>Exploratory Factor Analysis of Destination Image</i>	64
Tabel 4. 10 <i>Factor Analysis of Perceived Value</i>	64
Tabel 4. 11 <i>Exploratory Factor Analysis of Perceived Value</i>	65
Tabel 4. 12 <i>Factor Analysis of Customer Satisfaction</i>	65
Tabel 4. 13 <i>Exploratory Factor Analysis of Customer Satisfaction</i>	66
Tabel 4. 14 <i>Factor Analysis of Revisit Intention</i>	66
Tabel 4. 15 <i>Exploratory Factor Analysis of Revisit Intention</i>	67

Tabel 4. 16 Fit Model SEM..... 71
Tabel 4. 17 Pengujian Hipotesis..... 74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teori	42
Gambar 4. 1 Hasil CFA <i>Service Quality</i>	68
Gambar 4. 2 Hasil CFA <i>Destination Image</i>	68
Gambar 4. 3 Hasil CFA <i>Perceived Value</i>	69
Gambar 4. 4 Hasil CFA <i>Customer Satisfaction</i>	69
Gambar 4. 5 Hasil CFA <i>Revisit Intention</i>	70
Gambar 4. 6 Full Model SEM	71
Gambar 4. 7 Fit Model SEM.....	72

