

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DAN *TOURIST EXPERIENCE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *TOURIST SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS: DESA WISATA
CISEENG)**

AJKIANI NURFA

1707618008



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

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

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

**THE INFLUENCE OF DESTINATION IMAGE AND TOURIST
EXPERIENCE ON REVISIT INTENTION WITH TOURIST
SATISFACTION AS MEDIATING VARIABLE (CASE STUDY: CISEENG
TOURISM VILLAGE)**

AJKIANI NURFA

1707618008



**The Research Proposal was Written as One of the Requirements to Obtaining
a Bachelor of Education Degree at Faculty of Economics, State University of
Jakarta**

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

ABSTRAK

AJKIANI NURFA. Pengaruh *Destination Image* dan *Tourist Experience* Terhadap *Revisit Intention* Melalui *Tourist Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi Studi kasus: Desa Wisata Ciseeng. Jabodetabek: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2022.

Studi Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui lebih lanjut tentang pengaruh *destination image* dan pengalaman wisatawan terhadap *revisit intention* melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi pada studi kasus Desa Wisata Ciseeng. Keempat variabel tersebut diuji untuk menarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan SEM (*structural equation model*). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala likert yang mencerminkan penilaian sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Populasi dalam penelitian adalah wisatawan jabodetabek yang memiliki kriteria berkunjung minimal dua kali dalam dua tahun terakhir dan berusia 17 tahun ke atas. Metode *purposive sampling* dipilih untuk menguji tiap variabel, diperoleh tidak kurang dari 215 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *destination image* dan *tourist experience* secara signifikan berpengaruh langsung terhadap *tourist satisfaction*, variabel *destination image*, *tourist experience*, dan *tourist satisfaction* secara signifikan berpengaruh terhadap *revisit intention*. Namun, *destination image* dan *tourist experience* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *revisit intention* dengan dimediasi oleh variabel *tourist satisfaction*.

Kata Kunci: *Destination Image*, *Tourist Experience*, *Tourist Satisfaction*, *Revisit Intention*.

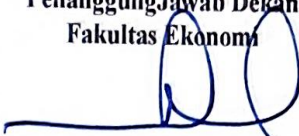
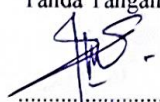




ABSTRACT

AJKIANI NURFA. *The Influence of Destination Image and Tourist Experience on Revisit Intention in Desa Wisata Ciseeng with Tourist Satisfaction as Mediating Variable: Study Program of Business Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2022.*

The purpose of this study is to determine the influence of destination image and tourist experience on return intention through tourist satisfaction as a mediating variable in the case study of Ciseeng Tourism Village. All four variables were tested to draw conclusions. This study uses a quantitative approach with SEM (Structural Equation Model). Primary data was collected through a questionnaire with a Likert scale which reflects the assessment of strongly agree to disagree strongly. The population in this study are Jabodetabek tourists who have the criteria of visiting at least twice in the last two years and are aged 17 years and over. A purposive sampling method was selected to test each variable, which obtained no less than 215 respondents. The results of this study indicate that destination image and tourist experience have a significant direct effect on tourist satisfaction, destination image variables, tourist experience, and tourist satisfaction have a significant effect on the intention to return. However, the image of the destination and the experience of tourists have an indirect effect on the intention to return, which is mediated by the variable tourist satisfaction.

Keywords: Destination Image, Tourist Experience, Tourist Satisfaction, Revisit Intention.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
			
<u>Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd.</u> NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Prof. Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP 195909181985032011 (Ketua Penguji)		08-02-2023
2	<u>Ika Febrilia, SE, MM</u> NIP 198702092015042001 (Penguji 1)		08-02-2023
3	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM</u> NIDN 0002038107 (Penguji 2)		08-02-2023
4	<u>Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D</u> NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1)		08-02-2023
5	<u>Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M</u> NIP. 199308272020122024 (Pembimbing 2)		08-02-2023
Nama : Ajkiani Nurfa No. Registrasi : 1707618008 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 26 Januari 2023			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 02 Februari 2023
Yang membuat pernyataan



Ajkiani Nurfa

NIM. 1707618008



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 : Ajkiani Nurfa
NIM : 1707618008
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/ Prodi Pendidikan Bisnis
Alamat email : Ajkianinurfanurwanto@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 :

Pengaruh Destination Image dan Tourist Experience terhadap Revisit Intention melalui Tourist Satisfaction sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus: Desa Wisata Ciseeng)

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 2023
Penulis

(Ajkiani Nurfa)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan kasih sayang-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran penyelesaian skripsi ini, berjudul “Pengaruh *Destination Image* dan *Tourist Experience* terhadap *Revisit Intention* melalui *Tourist Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus: Desa Wisata Ciseeng)”

Penyusunan skripsi ini menjadi salah satu syarat untuk meraih gelar S1 Pendidikan, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi. Namun, berkat do’a usaha, dan perjuangan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE. M.Pd. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd. Selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
3. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D. Selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, saran dan perbaikan dalam penyusunan proposal ini.
4. Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., MSM. Selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, dan saran serta memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Orang tua tercinta, Alm Nurwanto dan Ibu Juhaeni yang telah berjasa memberikan do'a dan dukungan baik moral maupun material.
6. Teman-teman seperjuangan kuliah saya Cinuy, Vini, Esa, Miranti, Nata, Faizi dan Reza yang telah motivasi dalam penyusunan laporan skripsi ini.
7. Kepada Asep terima kasih telah menjadi teman dalam segala hal yang baik, mendukung dan memberikan semangat untuk terus berkembang.
8. Kepada Puput, Wanda, Ema, dan Risna (Sepupuh) yang telah memberikan support, membantu dalam merealisasikan skripsi ini dengan baik.
9. Keluarga besar Program Studi S1 Pendidikan Bisnis untuk setiap dukungan dan bantuannya.
10. Wisatawan Desa Wisata Ciseeng di Jabodetabek sebagai responden yang sudah meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.
11. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan dan penyusunan makalah ini, dan mengucapkan terima kasih kepada para pembaca atas kontribusi konstruktifnya untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca dan menambah pengetahuan serta pemahaman.

Jakarta, November 2022



Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Teori Pendukung	15
2.1.1 <i>Revisit Intention</i>	16
2.1.2 <i>Tourist Satisfaction</i>	21
2.1.3 <i>Destination Image</i>	23
2.1.4 <i>Tourist Experience</i>	26

2.2	Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	38
2.2.1.	Pengaruh <i>Destination Image</i> dengan <i>Tourist Satisfaction</i>	38
2.2.2.	Pengaruh <i>Tourist Experience</i> dengan <i>tourist satisfaction</i>	40
2.2.3.	Pengaruh <i>Destination Image</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	41
2.2.4.	Pengaruh <i>Tourist Experience</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	43
2.2.5.	Pengaruh <i>Tourist satisfaction</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	46
2.2.6.	Pengaruh <i>Destination Image</i> dengan <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Tourist Satisfaction</i>	47
2.2.7.	Pengaruh <i>Tourist Experience</i> dengan <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Tourist Satisfaction</i>	49
2.3	Kerangka Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN.....		52
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	52
3.1.1	Waktu Penelitian	52
3.1.2	Tempat Penelitian.....	52
3.2	Desain Penelitian.....	53
3.3	Populasi dan Sampel	53
3.4	Pengembangan Instrumen	55
3.4.1.	<i>Revisit Intention</i>	55
3.4.2.	<i>Tourist Satisfaction</i>	57
3.4.3.	<i>Destination image</i>	58
3.4.4.	<i>Tourist experience</i>	60
3.5	Teknik Pengumpulan Data	61
3.6	Teknik Analisis Data.....	62
3.6.1	Uji Validitas.....	62
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	62
3.6.3	Uji Kelayakan Model	63
3.6.4	Uji Hipotesis	64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Data	66
4.2.1 Profil Responden	66
4.2.2 Profil Data	71
4.2 Hasil	77
4.2.1 Uji Validitas.....	77
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	78
4.2.3 Uji Kelayakan Model	79
4.2.4 Uji Hipotesis	82
4.3 Pembahasan.....	84
4.3.1 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	84
4.3.2 Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	85
4.3.3 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	86
4.3.4 Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Revisit intention</i>	87
4.3.5 Pengaruh <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	88
4.3.6 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> dengan <i>Tourist Satisfaction</i> sebagai Variabel Mediasi.....	89
4.3.7 Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> dengan <i>Tourist Satisfaction</i> sebagai Variabel Mediasi.....	90
BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Implikasi.....	93
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	94
5.2.2 Implikasi Praktis.....	94
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	97
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Desa Wisata di Indonesia Tahun 2021	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	51
Gambar 4. 1 Model penelitian sebelum modifikasi	80
Gambar 4. 2 Gambar Hasil Uji Kelayakan Model.....	80



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Statistik Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Nusantara di Indonesia Tahun 2020.....	2
Tabel 1. 2 Statistik Jumlah Wisatawan Kabupaten Bogor	6
Tabel 1. 3 Statistik Jumlah Kunjungan Wisata Berdasarkan Objek Wisata	7
Tabel 3. 1 Instrumen Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	58
Tabel 3. 2 Instrumen Variabel <i>Revisit Intention</i>	56
Tabel 3. 3 Instrumen Variabel <i>Destination Image</i>	59
Tabel 3. 4 Instrumen Variabel <i>Tourist Experience</i>	60
Tabel 3. 5 Skala Penilaian Instrumen.....	61
Tabel 3. 6 <i>Goodness of Fit Indices</i>	64
Tabel 4. 1 Sebaran Usia Responden.....	67
Tabel 4. 2 Sebaran Jenis kelamin Responden	67
Tabel 4. 3 Sebaran Domisili Responden	67
Tabel 4. 4 Sebaran Status Pekerjaan Responden	68
Tabel 4. 5 Sebaran Status Pendidikan Responden	69
Tabel 4. 6 Sebaran Pendapatan Responden.....	70
Tabel 4. 7 Sebaran Pengeluaran Responden	70
Tabel 4. 8 Karakteristik Data <i>Tourist Satisfaction</i>	73
Tabel 4. 9 Karakteristik Data <i>Revisit Intention</i>	72
Tabel 4. 10 Karakteristik Data <i>Destination Image</i>	75
Tabel 4. 11 Karakteristik Data <i>Tourist Experience</i>	76
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reabilitas	79
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kelayakan Model.....	81
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis	82
Tabel 4. 16 <i>Standardized Indirect Effects</i>	83
Tabel 4. 17 <i>Standardized Indirect Effects - Two Tailed Significance (BC)</i>	83