

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *TOURIST EXPERIENCE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KAMPUNG
WISATA TAMAN SARI YOGYAKARTA**

VINI ANGGRAINI

1707618055



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Proposal Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS B 2018

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

**THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE AND TOURIST EXPERIENCE ON
REVISIT INTENTION THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS
MEDIATION VARIABLES IN TAMAN SARI TOURISM VILLAGE
YOGYAKARTA**

VINI ANGGRAINI

1707618055



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**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

VINI ANGGRAINI. Pengaruh *Perceived Value* dan *Tourist Experience* Terhadap *Revisit Intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada Kampung Wisata Taman Sari Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2023.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *perceived value* dan *tourist experience* terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada Kampung Wisata Taman Sari Yogyakarta. Kesimpulan ditarik melalui pengujian keempat variabel tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan model persamaan struktural atau *structural equation model* (SEM). Data utama dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang menggunakan skala Likert, yang mencakup lima pilihan penilaian mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Sampel dalam studi ini merupakan pengunjung domestik yang sudah pernah mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari Yogyakarta sebanyak dua kali atau lebih dari tahun 2019 sampai saat ini (jangka waktu tiga tahun terakhir) dan berusia di antara 18-60 tahun. Metode penelitian menggunakan *purposive sampling*, metode ini dipilih untuk menguji tiap variabel, dan berhasil memperoleh data sebanyak 260 responden. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *perceived value* dan *tourist experience* terhadap *customer satisfaction* secara langsung. Selain itu, terdapat pengaruh yang signifikan dari *perceived value*, *tourist experience*, dan *customer satisfaction* terhadap *revisit intention*. Namun demikian, pengaruh dari *perceived value* dan *tourist experience* terhadap *revisit intention* tidak terjadi secara langsung dengan dimediasi oleh *customer satisfaction*.

Kata Kunci: *Perceived Value, Revisit Intention, Tourist Experience, Customer Satisfaction*

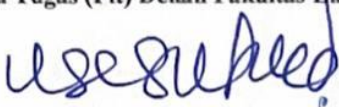





ABSTRACT

VINI ANGGRAINI. *The Effect of Perceived Value and Tourist Experience on Revisit Intention Through Customer Satisfaction as Mediation Variable in Taman Sari Tourism Village Yogyakarta: Study Program of Business Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2023.*

The purpose of this research is to examine the influence of perceived value and tourist experience on revisit intention through customer satisfaction as a mediating variable at Kampung Wisata Taman Sari Yogyakarta. Conclusions are drawn through the examination of these four variables. The method employed in this study is a quantitative approach using the structural equation model (SEM). Primary data was collected through the distribution of questionnaires utilizing a Likert scale, encompassing five levels of assessment ranging from strongly agree to strongly disagree. The sample for this study consists of domestic visitors who have visited Kampung Wisata Taman Sari Yogyakarta two times or more from 2019 up to the present time (the last three years), aged between 18-60 years. The research method employed purposive sampling, which was chosen to test each variable, resulting in data gathered from 260 respondents. The findings of this study indicate a significant direct influence of perceived value and tourist experience on customer satisfaction. Additionally, there is a significant influence of perceived value, tourist experience, and customer satisfaction on revisit intention. However, the influence of perceived value and tourist experience on revisit intention does not occur directly; instead, it is mediated by customer satisfaction.

Keywords: *Perceived Value, Tourist Experience, Customer Satisfaction, Revisit Intention*

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab			
Pelaksana Tugas (Plt) Dekan Fakultas Ekonomi			
			
Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D			
NIP. 197002122008121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Prof. Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 (Ketua Sidang)		23 Agustus 2023
2	<u>Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd</u> NIP. 199302202019032022 (Penguji 1)		21 Agustus 2023
3	<u>Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M</u> NIP. 199308272020122024 (Penguji 2)		21 Agustus 2023
4	<u>Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D</u> NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1)		29 Agustus 2023
5	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M</u> NIDN. 0002038107 (Pembimbing 2)		28 Agustus 2023
Nama	: Vini Angraini		
No. Registrasi	: 1707618055		
Program Studi	: Pendidikan Bisnis		
Tanggal Lulus	: 14 Agustus 2023		

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademi sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan pada daftar pustaka.
3. Lembar orisinalitas ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Agustus 2023



Vini Anggraini

1707618055



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 : Vini Anggraini
NIM : 1707618055
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : anggrainiv7@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 *Perceived Value* dan *Tourist Experience* Terhadap *Revisit Intention*

melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada Kampung Wisata Taman Sari

Yogyakarta.

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, 05 September 2023

Penulis

(Vini Anggraini)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas hidayah-Nya sehingga peneliti dapat memenuhi batas waktu dalam penyusunan skripsi ini. Naskah skripsi ini merupakan perjuangan selama kuliah S1 Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri Jakarta. Buku ini saya persembahkan untuk keluarga tercinta, Ayah dan Mama yang sangat saya cintai dan selalu menyayangi, menemani dan mendukung saya hingga saat ini sampai saya bisa menyelesaikan studi saya. Kemudian saya persembahkan kepada kedua dosen pembimbing saya yaitu Bapak Andi Muhammad Sadat dan Ibu Terrylina Arvinta Monoarfa karena selalu membimbing, merangkul, dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa saya persembahkan untuk Rizandi Rafif selaku partner saya dan kedua sahabat terbaik saya yaitu Sabarina Satya Salsabila dan Feny Maulina, yang selalu menemani, menghibur, memotivasi dan mendukung saya dalam keadaan apapun dari masa SMA. Adapula teman atau kerabat terdekat saya di bangku kuliah, Ajkiani, Cinuy, Esa, Miranti, Nata, dan Mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2018 lainnya serta kepada para wisatawan Kampung Wisata Taman Sari Yogyakarta yang telah membantu saya menyelesaikan dan menyempurnakan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dalam menyelesaikan dengan lancar dalam menyusun proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Value* dan *Tourist Experience* terhadap *Revisit Intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada Kampung Wisata Taman Sari Yogyakarta”

Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan tujuan memenuhi salah satu syarat penyelesaian pendidikan S1 atau meraih gelar Sarjana pendidikan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam perjalanan mengerjakan skripsi ini, saya menghadapi beberapa tantangan yang berhasil saya atasi melalui doa, usaha, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak.

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan doa, bimbingan, dukungan, dan panduan selama proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D 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 atas bimbingan, ilmu, saran, perbaikan serta motivasi yang berkontribusi pada penyusunan skripsi ini.
4. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II skripsi atas bimbingan, ilmu, saran, perbaikan serta memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Orang tua tercinta, Ayah Syaiful Zulkifli dan Mamah Mutiara Murni yang tidak putus mendoakan, selalu menemani dan memberikan dukungan penuh berupa dukungan moril maupun material.

6. Partner terbaik, Rizandi Rafif. Terima kasih telah senantiasa menemani dalam suka duka perjalanan selama ini, selalu mendukung, menginspirasi, selalu memberi apresiasi serta semangat untuk terus berkembang dan maju.
7. Kepada sahabat terbaik, Feny Maulina dan Sabarina Satya Salsabila. Terima kasih telah menemani, menghibur dan membantu dengan tulus.
8. Ajki, Cinuy, Esa, Miranti, dan Nata. Terima kasih atas bantuan, dukungan, dan motivasi yang luar biasa selama penyusunan skripsi ini berlangsung.
9. Terima kasih kepada Keluarga besar Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, atas setiap dukungan dan bantuannya.
10. Seluruh pihak yang telah berkontribusi untuk kelancaran penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga Allah senantiasa memberikan petunjuk dan rahmat-Nya kepada seluruh pihak yang telah membantu dengan tulus, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan masukan serta kritik yang membangun dari para pembaca guna memperbaiki laporan ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan bagi saya dan pembaca.

Jakarta, 28 Juli 2023

Penulis,



Vini Anggraini

1707618055

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Kebaruan Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Teori pendukung	14
2.1.1. <i>Revisit Intention</i>	15
2.1.2. <i>Perceived Value</i>	16
2.1.3. <i>Tourist Experience</i>	18
2.1.4. <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.2 Telaah Pustaka Penelitian Terdahulu	22

1.3	Kerangka Teori.....	34
2.3.1	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	34
2.3.2	Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	34
2.3.3.	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	35
2.3.4.	Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	35
2.3.5.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	36
2.3.6	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai Variabel Mediasi	37
2.3.7	Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai Variabel Mediasi	38
2.4	Pengembangan Hipotesis	39
2.5	Kerangka Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian	41
3.1.1.	Waktu Penelitian	41
3.1.2.	Tempat Penelitian.....	41
3.2.	Desain Penelitian	42
3.3.	Populasi dan Sampel	43
3.3.1.	Populasi.....	43
3.3.2.	Sampel.....	43
3.4	Instrumen Penelitian.....	44
3.4.1.	<i>Revisit Intention</i>	44
3.4.2.	<i>Perceived Value</i>	45
3.4.3.	<i>Tourist Experience</i>	47
3.4.4.	<i>Customer Satisfaction</i>	49
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6.	Teknik Analisis Data	52
3.6.1.	Uji Validitas	52

3.6.2.	Uji Reliabilitas	53
3.6.3.	Uji Hipotesis	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Deskripsi Data.....	55
4.1.1	Profil Responden.....	55
4.1.2	Profil Data.....	59
4.2	Hasil	68
4.2.1	Uji Validitas.....	68
4.2.2	Uji Reliabilitas	69
4.2.3	Uji Kelayakan Model.....	70
4.2.4	Uji Hipotesis	72
4.3	Pembahasan	74
4.3.1	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	74
4.3.2	Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	75
4.3.3	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	76
4.3.4	Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	77
4.3.5	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	78
4.3.6	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai Variabel Mediasi	78
4.3.7	Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai Variabel Mediasi	79
BAB V	PENUTUP.....	81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Implikasi.....	84
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	84
5.2.2	Implikasi Praktis	84
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	88
5.4	Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	89

DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	145



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengunjung Kota Yogyakarta dari Tahun 2017-2021	3
Tabel 2. 1 Tabel Telaah Pustaka Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Instrumen Variabel <i>Revisit Intention</i>	45
Tabel 3. 2 Instrumen Variabel <i>Perceived Value</i>	46
Tabel 3. 3 Instrumen Variabel <i>Tourist Experience</i>	48
Tabel 3. 4 Instrumen Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	50
Tabel 3. 5 Skala Penilaian Instrumen.....	51
Tabel 3. 6 <i>Goodness of Fit Indices</i>	54
Tabel 4. 1 Sebaran Usia Responden.....	55
Tabel 4. 2 Sebaran Status Pekerjaan Responden	56
Tabel 4. 3 Sebaran Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4. 4 Sebaran Status Pernikahan Responden	57
Tabel 4. 5 Sebaran Pendapatan Responden.....	58
Tabel 4. 6 Sebaran Pengeluaran Saat Berkunjung Responden	59
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	60
Tabel 4. 8 Karakteristik Data Variabel <i>Perceived Value</i>	61
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Tourist Experience</i>	62
Tabel 4. 10 Karakteristik Data Variabel <i>Tourist Experience</i>	63
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	64
Tabel 4. 12 Karakteristik Data Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	65
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Variabel <i>Revisit Intention</i>	66
Tabel 4. 14 Karakteristik Data Variabel <i>Revisit Intention</i>	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4. 17 Hasil Uji Kelayakan Model.....	71
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis	73
Tabel 4. 19 <i>Standardized Indirect Effects</i>	73
Tabel 4. 20 <i>Standardized Indirect Effects - Two Tailed Significance (BC)</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengunjung Menurut Lokasi Wisata di Kota Yogyakarta Tahun 2020	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	40
Gambar 4. 1 Model Penelitian Sebelum Modifikasi.....	70
Gambar 4. 2 Model Penelitian Setelah Modifikasi	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 2 Tabulasi Data <i>Perceived Value</i>	109
Lampiran 3 Tabulasi Data <i>Tourist Experience</i>	116
Lampiran 4 Tabulasi Data <i>Customer Satisfaction</i>	122
Lampiran 5 Tabulasi Data <i>Revisit Intention</i>	129
Lampiran 6 Profil Data Statistik Deskriptif.....	135
Lampiran 7 Deskripsi Data Jawaban Responden.....	136
Lampiran 8 Hasil Turnitin	141
Lampiran 9 Kartu Konsultasi SUP/Sempro	142
Lampiran 10 Kartu Konsultasi Skripsi.....	143
Lampiran 11 Format Saran dan Perbaikan Skripsi	143
Lampiran 12 Lembar Persetujuan Hasil Perbaikan Setelah Sidang Skripsi	144

