

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *DESTINATION IMAGE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *TOURIST SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA DESA WISATA
NGLANGGERAN)**

MIRANTI AGUSTINA

1707618031



*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 EFFECT OF PERCEIVED VALUE AND DESTINATION IMAGE ON
REVISIT INTENTION WITH TOURIST SATISFACTION AS
MEDIATING VARIABLE (CASE STUDY ON NGLANGGERAN
TOURISM VILLAGE)**

MIRANTI AGUSTINA

1707618031



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**This Thesis was prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Education Degree at the Faculty of Economics State University of Jakarta**

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

ABSTRAK

Miranti Agustina, 2023: Pengaruh *perceived value* dan *destination image* terhadap *revisit intention* melalui *tourist satisfaction* pada wisatawan desa wisata. Skripsi, Jabodetabek: Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D. & Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *perceived value* dan *destination image* berdampak pada *revisit intention* melalui *tourist satisfaction*. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form. Sampel terdiri dari 220 orang yang memenuhi syarat: berdomisili di Jabodetabek, berusia minimal 17 tahun, dan telah mengunjungi desa wisata Nglanggeran setidaknya dua kali. Hasil penelitian diolah dan dianalisis dengan SEM menggunakan program SPSS dan AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *perceived value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *tourist satisfaction*, (2) *destination image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *tourist satisfaction*, (3) *perceived value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, (4) *destination image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, (5) *tourist satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, (6) *perceived value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* secara tidak langsung melalui *tourist satisfaction*, dan (7) *destination image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* secara tidak langsung melalui *tourist satisfaction*.

Kata kunci: *Destination Image, Perceived Value, Revisit Intention, Tourist Satisfaction.*

ABSTRACT

Miranti Agustina, 2023: *The effect of perceived value and destination image on revisit intention through tourist satisfaction in tourist village tourists. Thesis, Jabodetabek: Bachelor of Business Education Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Supervisors: Andi Muhammad Sadat, SE, M.Si, Ph.D. & Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM.*

The purpose of this study is to determine how perceived value and destination image impact revisit intention through tourist satisfaction. This study collected data by distributing questionnaires through Google Form. The sample consisted of 220 people who met the requirements: domiciled in Jabodetabek, at least 17 years old, and had visited Nglanggeran tourist village at least twice. The results of the study were processed and analyzed with SEM using the SPSS and AMOS programs..

The results showed that (1) perceived value has a positive and significant effect on tourist satisfaction, (2) destination image has a positive and significant effect on tourist satisfaction, (3) perceived value has a positive and significant effect on revisit intention, (4) destination image has a positive and significant effect on revisit intention, (5) tourist satisfaction has a positive and significant effect on revisit intention, (6) perceived value has a positive and significant effect on revisit intention indirectly through tourist satisfaction, and (7) destination image has a positive and significant effect on revisit intention indirectly through tourist satisfaction.

Keyword: *Destination Image, Perceived Value, Revisit Intention, Tourist Satisfaction.*







LEMBAR PERSEMBAHAN

*“The future of you will be proud
of what you did today”*

(Anonim)

Terima kasih kepada Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan gelar Sarjana Pendidikan Bisnis bersama dengan skripsi sebagai tugas akhir. Penulis sangat bersyukur dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Oleh karena itu, skripsi ini disampaikan oleh penulis untuk diri sendiri, yang terus bersemangat untuk berusaha hingga selesainya skripsi ini. Selain itu, skripsi ini penulis persembahkan kepada orang-orang yang istimewa bagi penulis yaitu, Almh. Ibundaku, Ayahku, dan kakak-kakakku yang selalu menyemangati, memberi kasih sayang, mendoakan, dan menasehati penulis. Selanjutnya, skripsi ini penulis persembahkan pula kepada Bapak Andi Muhammad Sadat dan Ibu Terrylina Arvinta Monoarfa yang senantiasa membimbing penulis dengan kontribusi dan dukungannya selama penyusunan skripsi ini. Tidak lupa juga para sahabat, saudara, mahasiswa Pendidikan Bisnis angkatan 2018 serta program studi lainnya serta para responden yang sudah membantu dalam proses penelitian ini.

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
PenanggungJawab			
Pelaksana Tugas (Plt) Dekan Fakultas Ekonomi			
			
<u>Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D</u>			
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)		23 Agustus 2023
3	<u>Ika Febrilia, SE, MM</u> NIP. 198702092015042001 (Penguji 2)		23 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	: Miranti Agustina		
No. Registrasi	: 1707618031		
Program Studi	: Pendidikan Bisnis		
Tanggal Lulus	: 9 Agustus 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, 30 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan



Miranti Agustina

NIM. 1707618031

SURAT PERNYATAAN 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 : Miranti Agustina
NIM : 1707618031
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : mirantiagustina189@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 *Destination Image* terhadap *Revisit Intention* melalui *Tourist Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Desa Wisata Nglanggeran)

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, 5 September 2023

Penulis

(Miranti Agustina)

KATA PENGANTAR

Penulis bersyukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi berjudul "Pengaruh *Perceived Value* dan *Destination Image* terhadap *Revisit Intention* melalui *Tourist Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Desa Wisata Nglanggeran)" dengan lancar dan tepat waktu. Ketika skripsi ini selesai, harap diingat bahwa penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua yang membantu dalam prosesnya, terutama kepada:

1. Almh Ibunda dan Ayah yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moral serta finansial.
2. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd., Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis dan Penguji I Sidang Skripsi, telah memberikan saran dan masukan untuk meningkatkan skripsi ini.
4. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D., Dosen Pembimbing I yang telah membantu penulis menyusun skripsi, memberikan bimbingan, dan memberikan saran.
5. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM, Dosen Pembimbing II yang telah membantu penulis menyusun skripsi, memberikan bimbingan, dan memberikan saran.
6. Ketua Sidang Skripsi, Prof. Dr. Corry Yohana, M.M., yang telah memberikan masukan dan saran untuk meningkatkan skripsi ini.
7. Penguji II Sidang Skripsi, Ika Febrilia, SE, MM, yang telah memberikan masukan dan saran untuk meningkatkan skripsi ini.
8. Dicki Muhamad Farhan yang selalu membantu, mengingatkan, dan menyemangati penulis.
9. Rekan-rekan dari Program Studi Pendidikan Bisnis S1 untuk setiap bantuan dan bantuan, serta semua orang lain yang penulis tidak dapat

menyebutkan satu per satu yang telah membantu penulis sepanjang proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Karena itu, penulis mengharapkan kritik yang dapat membantu karya tulis di masa mendatang menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak orang.

Jakarta, Agustus 2023



Miranti Agustina

NIM. 1707618031



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Teori Pendukung	10
2.1.1 <i>Grand Theory</i>	10
2.1.2 <i>Revisit Intention</i>	11
2.1.3 <i>Perceived Value</i>	14
2.1.4 <i>Destination Image</i>	16
2.1.5 <i>Tourist Satisfaction</i>	18
2.2 Telaah Pustaka Penelitian Terdahulu	21
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	33
2.3.1 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	33
2.3.2 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	34

2.3.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	35
2.3.4 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	36
2.3.5 Pengaruh <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	37
2.3.6 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Tourist Satisfaction</i> sebagai Variabel Mediasi	39
2.3.7 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Tourist Satisfaction</i> sebagai Variabel Mediasi	40
2.4 Konstelasi Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	43
3.1.1 Waktu Penelitian	43
3.1.2 Tempat Penelitian.....	43
3.2 Desain Penelitian.....	44
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Sampel.....	44
3.4 Pengembangan Instrumen	45
3.4.1 <i>Revisit Intention</i>	45
3.4.2 <i>Perceived Value</i>	47
3.4.3 <i>Destination Image</i>	49
3.4.4 <i>Tourist Satisfaction</i>	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	53
3.6.1 Uji Validitas	53
3.6.2 Uji Reliabilitas	53
3.6.3 Uji Kelayakan Model	53
3.6.4 Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Deskripsi Data.....	56
4.1.1 Profil Responden.....	56
4.1.2 Profil Data	61
4.2 Hasil	67

4.2.1 Uji Validitas	67
4.2.2 Uji Reliabilitas	68
4.2.3 Uji Kelayakan Model	69
4.2.4 Uji Hipotesis	72
4.3 Pembahasan.....	73
4.3.1 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	73
4.3.2 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	74
4.3.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	75
4.3.4 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	75
4.3.5 Pengaruh <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	76
4.3.6 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Tourist Satisfaction</i> sebagai Variabel Mediasi	77
4.3.7 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Tourist Satisfaction</i> sebagai Variabel Mediasi	78
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Implikasi.....	80
5.2.1 Implikasi Teoritis	80
5.2.2 Implikasi Praktis	81
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	83
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	95
1. <i>Revisit Intention</i> (RI).....	97
2. <i>Perceived Value</i> (PV).....	98
3. <i>Destination Image</i> (DI)	98
4. <i>Tourist Satisfaction</i> (TS).....	99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	42
Gambar 4. 1 Model Penelitian Sebelum Modifikasi.....	70
Gambar 4. 2 Hasil Uji Kelayakan Model.....	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Statistik Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Nusantara.....	2
Tabel 3. 1 Instrumen Variabel <i>Revisit Intention</i>	46
Tabel 3. 2 Instrumen Variabel <i>Perceived Value</i>	47
Tabel 3. 3 Instrumen Variabel <i>Destination Image</i>	49
Tabel 3. 4 Instrumen Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	51
Tabel 3. 5 Skala Penilaian Instrumen.....	52
Tabel 3. 6 <i>Goodness of Fit Indices</i>	54
Tabel 4. 1 Sebaran Usia Responden.....	56
Tabel 4. 2 Sebaran Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4. 3 Sebaran Domisili Responden.....	58
Tabel 4. 4 Sebaran Status Pendidikan Responden	58
Tabel 4. 5 Sebaran Status Pekerjaan Responden	59
Tabel 4. 6 Sebaran Pendapatan Responden.....	60
Tabel 4. 7 Sebaran Jumlah Pengeluaran Responden.....	60
Tabel 4. 8 Karakteristik Data <i>Revisit Intention</i>	61
Tabel 4. 9 Karakteristik Data <i>Perceived Value</i>	63
Tabel 4. 10 Karakteristik Data <i>Destination Image</i>	64
Tabel 4. 11 Karakteristik Data <i>Tourist Satisfaction</i>	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kelayakan Model.....	71
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis	72
Tabel 4. 16 <i>Standardized Indirect Effects</i>	72
Tabel 4. 17 <i>Standardized Indirect Effects – Two Tailed Significance (BC)</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2 – Kartu Konsultasi Skripsi.....	103
Lampiran 3 – Format Saran dan Perbaikan Skripsi	105
Lampiran 4 – Persetujuan Hasil Perbaikan Setelah Sidang Skripsi.....	107
Lampiran 5 – Hasil Turnitin.....	108
Lampiran 6 – Hasil Statistik Deskriptif	109
Lampiran 7 – Hasil <i>Output</i> Uji Validitas	110
Lampiran 8 – Hasil <i>Output</i> Uji Reliabilitas	113
Lampiran 9 – Hasil <i>Output Fitted Model</i> SEM.....	114
Lampiran 10 – Hasil <i>Output</i> Uji Hipotesis	116
Lampiran 11 – Hasil <i>Output Intervening</i>	117

