

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
REVISIT INTENTION PADA DESTINASI WISATA FLOATING
MARKET LEMBANG**

CLARA ALIKA PUTRI

1705619014



*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

2024

***ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING REVISIT INTENTION
AT FLOATING MARKET LEMBANG TOURISM DESTINATION***

CLARA ALIKA PUTRI

1705619014



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*This Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor's degree
of Management on Faculty of Economics State University of Jakarta*

STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024






LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M NIP. 197206272006041001 (Ketua Sidang)		31 Januari 2024
2	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. NIP. 19741202200812001 (Penguji 1)		31 Januari 2024
3	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP. 198702092015042001 (Penguji 2)		31 Januari 2024
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		31 Januari 2024
5	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. NIP. 199308272020122024 (Pembimbing 2)		31 Januari 2024

Nama : Clara Alike Putri
No. Registrasi : 1705619014
Program Studi : Manajemen
Tanggal Lulus : 22 Januari 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta dengan data diri sebagai berikut:

Nama : Clara Alika Putri

NIM : 1705619014

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul "Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Revisit Intention* pada Destinasi Wisata Floating Market Lembang" adalah:

1. Saya menggabungkan data penelitian yang saya kumpulkan sendiri dalam menyusun skripsi ini.
2. Saya meyakinkan bahwa skripsi ini benar-benar orisinal dan bukan sekadar replikasi atau interpretasi dari karya orang lain.
3. Saya ingin menegaskan bahwa skripsi ini mencerminkan ide-ide dan pemikiran saya yang telah dirangkan dengan teliti.

Saya bertekad untuk menyajikan informasi yang akurat dan siap menerima konsekuensi jika ada kesalahan dalam pernyataan saya.

Jakarta, 07 Februari 2024


Clara Alika Putri

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 : Clara Alika Putri
NIM : 1705619014
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen
Alamat email : alikaclara050401@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 :

Analisis Faktor – Faktor yang Memengaruhi *Revisit Intention* pada Destinasi Wisata Floating Market Lembang

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, 07 Februari 2024
Penulis

(Clara Alika Putri)

ABSTRAK

Clara Alike Putri: Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Revisit Intention* pada Destinasi Wisata Floating Market Lembang. Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Usep Suhud, M.Si., Ph.D. dan Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M.

Tujuan penelitian ini ialah untuk menguji pengaruh: 1) *Experiential marketing* terhadap *tourist satisfaction*, 2) *Experiential marketing* terhadap *destination image*, 3) *Experiential Marketing* terhadap *tourist loyalty*, 4) *Tourist satisfaction* terhadap *revisit intention*, 5) *Destination image* terhadap *revisit intention*, 6) *Tourist loyalty* terhadap *revisit intention*. Metode pengumpulan data menggunakan survei dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan secara *online* dan *offline*. Responden adalah mereka yang berdomisili di Bandung dan diluar Bandung serta pernah mengunjungi Floating Market Lembang. Terdapat sebanyak 270 responden yang terlibat, menganalisis data menggunakan SPSS dan SEM (*Structural Equation Modelling*) dari AMOS untuk mengelola data dan menganalisis hasil penelitian. Hasil dalam penelitian ini berdasarkan hipotesisnya menunjukkan bahwa hipotesis *experiential marketing* terhadap *tourist satisfaction* diterima dan signifikan, *experiential marketing* terhadap *destination image* diterima dan signifikan, *experiential marketing* terhadap *tourist loyalty* diterima dan signifikan, *tourist satisfaction* terhadap *revisit intention* diterima dan signifikan, *destination image* terhadap *revisit intention* diterima dan signifikan dan *tourist loyalty* terhadap *revisit intention* diterima dan signifikan.

Kata Kunci: *Experiential Marketing, Tourist Satisfaction, Destination Image, Tourist loyalty, Revisit Intention, Floating Market Lembang*

ABSTRACT

Clara Alika Putri: Analysis of Factors Affecting Revisit Intention at Floating Market Lembang Tourism Destination. Thesis, Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Supervisory Team: Usep Suhud, M.Si., Ph.D. dan Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M.

The purpose of this research is to examine the influence of: 1) Experiential marketing on tourist satisfaction, 2) Experiential marketing on destination image, 3) Experiential Marketing on tourist loyalty, 4) Tourist satisfaction on revisit intention, 5) Destination image on revisit intention, 6) Tourist loyalty to revisit intention. The data collection method uses a survey with a questionnaire distributed online and offline. The respondents are those who live in Bandung and outside Bandung and have visited Floating Market Lembang. There were 270 respondents involved, analyzing data using SPSS and SEM (Structural Equation Modeling) from AMOS to manage data and analyze research results. The results in this research based on the hypothesis show that the experiential marketing hypothesis on tourist satisfaction is accepted and significant, experiential marketing on destination image is accepted and significant, experiential marketing on tourist loyalty is accepted and significant, tourist satisfaction on revisit intention is accepted and significant, destination image on revisit intention is accepted and significant and tourist loyalty on revisit intention is accepted and significant.

Keywords: *Experiential Marketing, Tourist Satisfaction, Destination Image, Tourist Loyalty, Revisit Intention, Floating Market Lembang*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT karena rahmat dan hidayah-Nya saya dalam memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan judul “Analisis Fakot-Faktor yang Memengaruhi *Revisit Intention* pada Destinasi Wisata Floating Market Lembang”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Selama saya menyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan selaku Dosen Pembimbing Satu Skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran, dan pengarahan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Ibu Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M., selaku Dosen Pembimbing Dua Skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran, dan pengarahan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
4. Prof. Dr. Mohammad Rizan, M.M., selaku Ketua Penguji Skripsi.
5. Bapak Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Penguji Satu Skripsi.
6. Ibu Ika Febrilia, S.E., M.M., selaku Penguji Dua Skripsi.
7. Dosen – dosen Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang selama ini memberikan pengajaran serta pengarahan dalam studi yang ditempuh oleh penulis, serta Staf Program Studi dan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi dan pemberkasan penulis.

8. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam mengisi kuesioner dan membantu penulis dalam mengumpulkan data, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada keluarga, terkhusus kepada orang tua saya Eria dan Bambang Sumeri, serta adik saya Alvito Rafky Sumeri yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam segala hal pada proses penyusunan skripsi ini.
10. Kepada sahabat – sahabat saya yaitu Alsa Yuda Putri, Dewi Rengganis, Tazkia Haura, Linda Wulan Sari, Maulida Rahma Nabila, Angle Caroline, Kirey Tazkia, Clara Sendy, Salsabila Anggraeni, dan Ismi Azizah yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh anggota grup NCT, terutama NCT 127 dan khususnya Johnny Suh yang secara tidak langsung memberikan semangat, hiburan, motivasi, dan inspirasi kepada Penulis untuk meraih mimpi melalui kepribadian dan karya-karya musik yang didengarkan oleh Penulis.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu. Terima kasih telah membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini agar lebih baik. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya yang meneliti hal serupa. Penulisan ini menggunakan pedoman terbaru yang telah disebarakan oleh pihak Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 15 Januari 2024



Clara Alika Putri

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoretis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Revisit Intention</i>	11
2.1.2 <i>Tourist Satisfaction</i>	13
2.1.3 <i>Destination Image</i>	15
2.1.4 <i>Tourist Loyalty</i>	17
2.1.5 <i>Experiential Marketing</i>	19
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	22
2.3 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	45
3.2 Desain Penelitian	45

3.3 Populasi dan Sampel	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel	46
3.4 Pengembangan Instrumen	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	53
3.6 Teknik Analisis Data	55
3.6.1 Analisis Deskriptif	55
3.6.2 Uji Validitas	56
3.6.3 Uji Realiabilitas	56
3.6.4 Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Deskripsi.....	62
4.1.1 Deskripsi Profil Responden	62
4.1.2 Analisis Deskriptif	65
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan	72
4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas Data	72
4.2.2 Uji Hipotesis	90
4.3 Pembahasan	91
4.3.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	91
4.3.2 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Destination Image</i>	91
4.3.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Tourist Loyalty</i>	92
4.3.4 Pengaruh <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	92
4.3.5 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	93
4.3.6 Pengaruh <i>Tourist Loyalty</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Implikasi	96
5.2.1 Implikasi Teoretis	96
5.2.2 Implikasi Praktis	97
5.3 Keterbatasan Penelitian	100
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	101

DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	110
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	130



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Floating Market Lembang.....	3
Gambar 1. 2 Ikon Koin Floating Market Lembang.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	39
Gambar 4. 1 <i>Model First Order Construct Experiential Marketing</i>	79
Gambar 4. 2 <i>Model First Order Construct Tourist Satisfaction</i>	81
Gambar 4. 3 <i>Model First Order Construct Destination Image</i>	82
Gambar 4. 4 <i>Model First Order Construct Tourist Loyalty</i>	83
Gambar 4. 5 <i>Model First Order Construct Revisit Intention</i>	85
Gambar 4. 6 <i>Full Model Penelitian</i>	86
Gambar 4. 7 <i>Fit Model Penelitian</i>	87



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kontribusi Pariwisata terhadap Perekonomian Indonesia	2
Tabel 1. 3 Data Kunjungan Wisatawan.....	2
Tabel 1. 4 Ulasan Wisatawan Floating Market Lembang.....	5
Tabel 1. 5 Ulasan Wisatawan Floating Market Lembang.....	6
Tabel 1. 6 Ulasan Wisatawan Floating Market Lembang.....	8
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian yang Relevan	32
Tabel 3. 1 Pengembangan Instrumen Variabel <i>Experiential Marketing</i>	48
Tabel 3. 2 Pengembangan Instrumen Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	50
Tabel 3. 3 Pengembangan Instrumen Variabel <i>Destination Image</i>	51
Tabel 3. 4 Pengembangan Instrumen Variabel <i>Tourist Loyalty</i>	52
Tabel 3. 5 Pengembangan Instrumen Variabel <i>Revisit Intention</i>	53
Tabel 3. 6 Skala Likert	54
Tabel 3. 7 <i>Goodness of Fit Indices</i>	60
Tabel 4. 1 Pertanyaan Penyaring Kuesioner	62
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia	63
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	64
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	65
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	65
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	67
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Destination Image</i>	68
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Tourist Loyalty</i>	69
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel <i>Revisit Intention</i>	71
Tabel 4. 12 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	72
Tabel 4. 13 Hasil <i>Factor Loading</i> dan Uji Realibilitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	73
Tabel 4. 14 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	74

Tabel 4. 15 Hasil <i>Factor Loading</i> dan Uji Reliabilitas Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	74
Tabel 4. 16 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>Destination Image</i>	75
Tabel 4. 17 Hasil <i>Factor Loading</i> dan Uji Reliabilitas Variabel <i>Destination Image</i>	76
Tabel 4. 18 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>Tourist Loyalty</i>	77
Tabel 4. 19 Hasil <i>Factor Loading</i> dan Uji Reliabilitas Variabel <i>Tourist Loyalty</i>	77
Tabel 4. 20 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>Revisit Intention</i>	78
Tabel 4. 21 Hasil <i>Factor Loading</i> dan Uji Reliabilitas Variabel <i>Tourist Loyalty</i>	78
Tabel 4. 22 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	80
Tabel 4. 23 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	82
Tabel 4. 24 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Destination Image</i>	83
Tabel 4. 25 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Tourist Loyalty</i>	84
Tabel 4. 26 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Revisit Intention</i>	85
Tabel 4. 27 Hasil Uji <i>Full Model</i>	87
Tabel 4. 28 Hasil Uji <i>Fit Model</i>	88
Tabel 4. 29 Pernyataan Indikator <i>Fit Model</i>	89
Tabel 4. 30 Hasil Uji Hipotesis	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	110
Lampiran 2 Hasil Exploratory Factor Analysis (EFA)	117
Lampiran 3 Hasil Cronbach's Alpha.....	119
Lampiran 4 Hasil Confirmatory Factor Analysis (CFA)	120
Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis	124
Lampiran 6 Ulasan Wisatawan Floating Market Lembang	126
Lampiran 7 Gambar Tangkap Layar Data Hasil Kuesioner Penelitian.....	127
Lampiran 8 Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah	128
Lampiran 9 Kunjungan Penulis ke Floating Market Lembang.....	129

