

**PERAN *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP  
*PERCEIVED VALUE*, *TOURIST SATISFACTION*, DAN  
*DESTINATION IMAGE* DALAM MENDORONG *REVISIT*  
*INTENTION* PADA DESA WISATA CISADON, SENTUL**



*Intelligentia - Dignitas*

**Ardo Hawari**

**1705619020**

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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2026**

***The Role of Experiential Marketing on Perceived Value, Tourist Satisfaction, and Destination Image in Driving Revisit Intention to Cisadon Tourism Village, Sentul***



*Intelligentia - Dignitas*

**Ardo Hawari**

**1705619020**

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

**BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2026**

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ardo Hawari  
NIM : 1705619020  
Program Studi/Fakultas : S1 Manajemen  
Judul Penelitian : Peran *Experiential Marketing* Terhadap *Perceived Value*,  
*Tourist Satisfaction*, Dan *Destination Image* Dalam Mendorong  
*Revisit Intention* Pada Desa Wisata Cisadon, Sentul

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus* \* Ujian  
Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 24 juli 2026

Tim Penguji,

|              |                                         |                                                                                       |
|--------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Ketua        | Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. |   |
|              | NIP. 197412021200812001                 |                                                                                       |
| Penguji 2    | Dr. Ryna Parlyna, M.B.A.                |  |
|              | NIP. 197701112008122003                 |                                                                                       |
| Penguji 2    | Prima Andriani, S.E., M.Sc.             |  |
|              | NIP. 199401072024062001                 |                                                                                       |
| Pembimbing 1 | Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.          |  |
|              | NIP. 197002122008121001                 |                                                                                       |
| Pembimbing 2 | Dewi Agustin Pratama Sari, S.E, M.S.M   |  |
|              | NIP. 199308272020122024                 |                                                                                       |

Mengetahui,  
Dekan,

  
Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.  
NIDN/NUPTK. 0027067204

Koordinator Program Studi Manajemen,

  
Dr. M. Edo S. Siregar, SE, M.BA  
NIDN/NUPTK. 00250172033

## 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** : Ardo Hawari  
**NIM** : 1705619058  
**Program Studi** : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul "**PERAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP PERCEIVED VALUE, TOURIST SATISFACTION, DAN DESTINATION IMAGE DALAM MENDORONG REVISIT INTENTION PADA DESA WISATA CISADON, SENTUL**" 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 dirangkai dengan teliti.
- Saya bertekad untuk menyajikan informasi yang akurat dan siap menerima konsekuensi jika ada kesalahan dalam pernyataan saya.

Jakarta, 27 Juli 2026



Ardo Hawari

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN  
TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://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 : Ardo Hawari  
NIM : 1705619020  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/S-1 Manajemen  
Alamat Email : [ardohawari@gmail.com](mailto:ardohawari@gmail.com)

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

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

Yang berjudul:

Peran *Experiential Marketing* Terhadap *Perceived Value*, *Tourist Satisfaction*, Dan *Destination Image* Dalam Mendorong *Revisit Intention* Pada Desa Wisata Cisadon, Sentul

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 27 Juli 2026  
Penulis

  
Ardo Hawari

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah untuk menguji pengaruh: 1) Experiential Marketing terhadap Perceived Value, 2) Experiential Marketing terhadap Tourist Satisfaction, 3) Experiential Marketing terhadap Destination Image, 4) Perceived Value terhadap Revisit Intention, 5) Tourist Satisfaction terhadap Revisit Intention, 6) Destination Image terhadap Revisit Intention, 7) Experiential Marketing terhadap Revisit Intention. Metode pengumpulan data menggunakan survei dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan secara online dan offline. Responden adalah mereka yang Pernah mengunjungi Desa Wisata Cisadon Sentul, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Minimal satu kali dalam kurun waktu tiga bulan terakhir dan Berusia minimal 18 tahun. Metode yang digunakan ialah metode *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Terdapat sebanyak 302 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 Perceived Value diterima dan signifikan, experiential marketing terhadap tourist satisfaction diterima dan signifikan, experiential marketing terhadap destination image diterima dan signifikan, Perceived Value terhadap revisit intention ditolak dan tidak signifikan, tourist satisfaction terhadap revisit intention ditolak dan tidak signifikan, destination image terhadap revisit intention diterima dan signifikan dan experiential marketing terhadap Perceived Value diterima dan signifikan.

**Kata Kunci:** *destination image, experiential marketing, perceived value, revisit intention, touristsatisfaction*

*Intelligentia - Dignitas*

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to examine the effects of: (1) Experiential Marketing on Perceived Value, (2) Experiential Marketing on Tourist Satisfaction, (3) Experiential Marketing on Destination Image, (4) Perceived Value on Revisit Intention, (5) Tourist Satisfaction on Revisit Intention, (6) Destination Image on Revisit Intention, and (7) Experiential Marketing on Revisit Intention. Data were collected through a survey using questionnaires distributed both online and offline. The respondents of this study were individuals who had visited Cisadon Tourism Village, Sentul, Bogor Regency, West Java, at least once within the last three months and were at least 18 years of age. This study employed a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. A total of 302 respondents participated in this study. The data were analyzed using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) and Structural Equation Modeling (SEM) with the assistance of AMOS software. The results of this study, based on hypothesis testing, indicate that the hypothesis regarding the effect of Experiential Marketing on Perceived Value is accepted and significant, the effect of Experiential Marketing on Tourist Satisfaction is accepted and significant, the effect of Experiential Marketing on Destination Image is accepted and significant, the effect of Perceived Value on Revisit Intention is rejected and not significant, the effect of Tourist Satisfaction on Revisit Intention is rejected and not significant, the effect of Destination Image on Revisit Intention is accepted and significant, and the effect of Experiential Marketing on Revisit Intention is accepted and significant.*

**Keywords:** *destination image, experiential marketing, perceived value, revisit intention, tourist satisfaction.*

*Intelligentia - Dignitas*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan, kesehatan, serta kelancaran dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Peran Experiential Marketing terhadap Perceived Value, Tourist Satisfaction, dan Destination Image dalam Mendorong Revisit Intention pada Desa Wisata Cisadon, Sentul."** Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar **Sarjana Manajemen (S.M.)** pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai bentuk dukungan, bimbingan, arahan, motivasi, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku dosen pembimbing satu skripsi.
2. Dewi Agustin Pratama Sari, S.E, M.S.M, selaku dosen pembimbing dua skripsi
3. Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D, selaku ketua sidang penguji skripsi.
4. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A. selaku penguji sidang skripsi satu.
5. Prima Andriani, S.E., M.Sc. selaku penguji sidang skripsi dua.
6. Prof. Dr. Mohammad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
7. Dr. M. Edo S. Siregar, SE, M.BA selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
8. Seluruh dosen pendidik dan karyawan Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak bantuan selama perkuliahan ini.
9. Ayahanda Syamsuddin Basri dan Ibunda Hasiah, selaku orang tua peneliti.
10. Yasmin dan Wardina, selaku kakak kandung peneliti.

11. Teman-teman yang selalu memberikan bantuan dan semangat untuk peneliti.

12. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu. Terima kasih telah membantu dalam penulisan skripsi ini, Semoga kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah Swt.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi untuk penyempurnaan penelitian di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai tambahan wawasan bagi pembaca serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa. Dalam penyusunannya, penulis telah mengacu pada pedoman penulisan karya ilmiah terbaru yang ditetapkan oleh Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 23 Juli 2026

Ardo Hawari

*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR ISI

|                                                                                                  |             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>                                                                    | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR ORISINALITAS .....</b>                                                                 | <b>iv</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA<br/>ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b> | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                                              | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                                            | <b>vii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                                                      | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                           | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                                                         | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                                                       | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                                                   | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                                                              | 1           |
| 1.2 Pertanyaan Penelitian .....                                                                  | 8           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                                                       | 9           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                                                      | 10          |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis .....                                                                     | 10          |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                                                                      | 10          |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>                                                               | <b>11</b>   |
| 2.1 Landasan Teori .....                                                                         | 11          |
| 2.1.1 Desa Wisata.....                                                                           | 11          |
| 2.1.2 Experiental Marketing.....                                                                 | 11          |
| 2.1.3 Perceived Value.....                                                                       | 12          |
| 2.1.4 Tourist Satisfaction .....                                                                 | 14          |
| 2.1.5 Destination Image .....                                                                    | 15          |
| 2.2 Hasil Penelitian Relevan .....                                                               | 16          |
| 2.3 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....                                              | 20          |
| 2.3.1 Kerangka Teori.....                                                                        | 20          |
| 2.3.2 Pengembangan Hipotesis .....                                                               | 20          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                                           | <b>29</b>   |
| 3.1 Waktu dan Tempat .....                                                                       | 29          |
| 3.2 Desain Penelitian.....                                                                       | 29          |

|                                                |            |
|------------------------------------------------|------------|
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                  | 29         |
| 3.3.1 Populasi .....                           | 29         |
| 3.3.2 Sampel.....                              | 30         |
| 3.4 Pengembangan Instrumen .....               | 31         |
| 3.4.1 Experiential Marketing.....              | 31         |
| 3.4.2 Perceived Value.....                     | 31         |
| 3.4.3 Tourist Satisfaction .....               | 32         |
| 3.4.4 Destination Image .....                  | 33         |
| 3.4.5 Revisit Intention .....                  | 34         |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....              | 34         |
| 3.5.1 Skala Pengukuran.....                    | 35         |
| 3.6 Teknik Analisis Data.....                  | 35         |
| 3.6.1 Analisis Deskriptif.....                 | 36         |
| 3.6.2 Uji Validitas .....                      | 36         |
| 3.6.3 Uji Average .....                        | 36         |
| 3.6.4 Uji Realibilitas.....                    | 37         |
| 3.6.5 Uji Confirmatory Factor Analysis.....    | 37         |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>        | <b>41</b>  |
| 4.1 Deskripsi.....                             | 41         |
| 4.1.1 Deskripsi Profil Responden.....          | 41         |
| 4.1.2 Analisis Deskriptif.....                 | 46         |
| 4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan.....        | 51         |
| 4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas Data..... | 51         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>        | <b>101</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                            | 101        |
| 5.2 Implikasi.....                             | 103        |
| 5.2.1 Implikasi Teoretis.....                  | 103        |
| 5.2.2 Implikasi Praktis.....                   | 104        |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian .....              | 106        |
| 5.4 Saran.....                                 | 106        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                    | <b>108</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                          | <b>114</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP PENULIS .....</b>             | <b>165</b> |

## DAFTAR TABEL

|             |                                                                   |    |
|-------------|-------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1  | Desa Wisata Yang Telah Terdaftar.....                             | 2  |
| Tabel 1. 2  | Event Running Desa Cisadon .....                                  | 4  |
| Tabel 1. 3  | Ulasan Peserta Event .....                                        | 5  |
| Tabel 1. 4  | Ulasan Desa Wisata Cisadon .....                                  | 6  |
| Tabel 1. 5  | Ulasan Google.....                                                | 7  |
| Tabel 1. 6  | Longsor Desa Cisadon .....                                        | 8  |
| Tabel 2. 1  | Hasil Penelitian Yang Relevan .....                               | 16 |
| Tabel 3. 1  | Pengembangan Instrumen Variabel Experiential Marketing .....      | 31 |
| Tabel 3. 2  | Pengembangan Instrumen Variabel Perceived Value.....              | 32 |
| Tabel 3. 3  | Pengembangan Instrumen Variabel Tourist Satisfaction.....         | 33 |
| Tabel 3. 4  | Pengembangan Instrumen Variabel Destination Image.....            | 33 |
| Tabel 3. 5  | Pengembangan Instrumen Variabel Revisit Intention .....           | 34 |
| Tabel 3. 6  | Skala Pengukuran Penelitian .....                                 | 35 |
| Tabel 3. 7  | Goodness of Fit Indices .....                                     | 39 |
| Tabel 4. 1  | Pertanyaan Penyaring Kuesioner.....                               | 41 |
| Tabel 4. 2  | Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....                      | 42 |
| Tabel 4. 3  | Karakteristik Berdasarkan Usia .....                              | 42 |
| Tabel 4. 4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....               | 43 |
| Tabel 4. 5  | Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....       | 43 |
| Tabel 4. 6  | Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....      | 44 |
| Tabel 4. 7  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....    | 45 |
| Tabel 4. 8  | Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan .....               | 45 |
| Tabel 4. 9  | Analisis Deskriptif Variabel Experiential Marketing .....         | 46 |
| Tabel 4. 10 | Analisis Deskriptif Variabel Perceived Value .....                | 47 |
| Tabel 4. 11 | Analisis Deskriptif Variabel Tourist Satisfaction .....           | 48 |
| Tabel 4. 12 | Analisis Deskriptif Variabel Destination Image.....               | 49 |
| Tabel 4. 13 | Analisis Deskriptif Variabel Revisit Intention.....               | 50 |
| Tabel 4. 14 | Hasil KMO and Barlett's Test Variabel Experiential Marketing .... | 52 |
| Tabel 4. 15 | Hasil Validitas Variabel Experiential Marketing.....              | 52 |

|             |                                                                         |    |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 16 | Hasil KMO and Barlett's Test Variabel Perceived Value .....             | 55 |
| Tabel 4. 17 | Hasil Validitas Variabel Perceived Value .....                          | 56 |
| Tabel 4. 18 | Hasil KMO and Barlett's Test Variabel Tourist Satisfaction .....        | 58 |
| Tabel 4. 19 | Hasil Validitas Variabel Tourist Satisfaction .....                     | 59 |
| Tabel 4. 20 | Hasil KMO and Barlett's Test Variabel Destination Image .....           | 62 |
| Tabel 4. 21 | Hasil Validitas Variabel Destination Image .....                        | 62 |
| Tabel 4. 22 | Hasil KMO and Barlett's Test Variabel Revisit Intention.....            | 65 |
| Tabel 4. 23 | Hasil Validitas Variabel Revisit Intention .....                        | 66 |
| Tabel 4. 24 | Hasil Uji First Order Construct Variabel Experiential<br>Marketing..... | 69 |
| Tabel 4. 25 | Hasil Uji First Order Construct Variabel Perceived Value.....           | 72 |
| Tabel 4. 26 | Hasil Uji First Order Construct Variabel Tourist Satisfaction .....     | 74 |
| Tabel 4. 27 | Hasil Uji First Order Construct Variabel Destination Image .....        | 77 |
| Tabel 4. 29 | Hasil Uji First Order Construct Variabel Revisit Intention .....        | 79 |
| Tabel 4. 30 | Uji Full Model .....                                                    | 83 |
| Tabel 4. 31 | Hasil Uji Fitted Model .....                                            | 86 |
| Tabel 4. 32 | Hasil Uji Hipotesis.....                                                | 89 |

*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR GAMBAR

|             |                                             |    |
|-------------|---------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 | Desa Wisata Cisadon.....                    | 3  |
| Gambar 2. 1 | Rumusan Hipotesis .....                     | 20 |
| Gambar 4. 1 | Hasil Uji Full Model dan Fitted Model ..... | 83 |
| Gambar 4. 2 | Fit Model Penelitian .....                  | 86 |



*Intelligentia - Dignitas*