

**MENGINVESTIGASI *REVISIT INTENTION* WISATAWAN  
TAMAN MARGASATWA RAGUNAN, JAKARTA: FAKTOR-  
FAKTOR APA SAJA YANG MEMENGARUHI?**

**ROSA YULIA ANNISA**

**8215161490**



*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**

**2020**

***INVESTIGATING THE REVISIT INTENTION OF VISITORS IN  
TAMAN MARGASATWA RAGUNAN, JAKARTA: WHAT FACTORS  
INFLUENCE?***

***ROSA YULIA ANNISA***

***8215161490***



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

***A Thesis Submitted in Fulfilment of The Requirements for The Degree of Bachelor  
of Management on Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

***BACHELOR MANAGEMENT STUDY PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

***2020***

## ABSTRAK

**Rosa Yulia Annisa, 2020: Menginvestigasi *Revisit Intention* Wisatawan Taman Margasatwa Ragunan, Jakarta: Faktor-Faktor Apa Saja Yang Memengaruhi?. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Usep Suhud, M.Si., Ph.D dan Ika Febrilia, S.E., M.M.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyimpulkan pengaruh *destination image* dan *customer expectation* dalam memengaruhi *perceived value* dan *customer satisfaction* pada wisata Taman Margasatwa Ragunan, serta melihat dampaknya terhadap *revisit intention* di wisata Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 responden dengan kriteria pernah mengunjungi Taman Margasatwa Ragunan, pernah mengunjungi Taman Margasatwa Ragunan minimal dua kali dan berumur lebih dari 18 tahun ke atas. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 dan AMOS versi 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *destination image* dan *customer expectation* terhadap *perceived value*, terdapat pengaruh antara *customer expectation* terhadap *customer satisfaction*, terdapat pengaruh *perceived value* terhadap *customer satisfaction* serta terdapat pengaruh antara *customer satisfaction* terhadap *revisit intention*. Namun tidak ditemukannya pengaruh antara *customer expectation* terhadap *perceived value* dan *perceived value* terhadap *revisit intention*.

**Kata Kunci:** *Destination Image, Customer Expectation, Perceived Value, Customer Satisfaction, Revisit Intention*







## **ABSTRACT**

***Rosa Yulia Annisa, 2020: Investigating Revisit Intention Of Visitors in Taman Margasatwa Ragunan, Jakarta: What Factors Influence?. Thesis, Jakarta: Concentration in Marketing Management, S1 Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory Team: Usep Suhud, M.Si., Ph.D and Ika Febrilia, S.E., M.M.***

*The purpose of this study was to conclude the effect of destination image and customer expectation in influencing perceived value and customer satisfaction on tourism at Ragunan Wildlife Park, and to see the impact on revisit intention in Ragunan Wildlife Park, Jakarta. The data collection method in this study is to use a survey method by distributing questionnaires online. The sample used in this study were 200 respondents with the criteria of having visited Taman Margasatwa Ragunan, had visited Ragunan at least twice and were over 18 years of age and over. The data analysis technique in this study used SPSS version 25 and AMOS version 24. The results of this study indicate that there is an influence between destination image and customer expectations on perceived value, there is an influence between customer expectations on customer satisfaction, there is an effect of perceived value on customer satisfaction and there is an effect of perceived value on customer satisfaction also there's an effect of customer satisfaction on revisit intention. However, there's no effect between customer expectations on perceived value and perceived value on revisit intention.*

***Keywords:*** Destination Image, Customer Expectation, Perceived Value, Customer Satisfaction, Revisit Intention

## LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd & NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dr. Basrah Saidani, M.Si.</u> NIP. 196301191992032001 (Ketua)		18-08-2020 .....
2	<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS.</u> NIP. 198404082019031003 (Sekertaris)		26-08-2020 .....
3	<u>M. Edo Suryawan Siregas, S.E., M.B.A.</u> NIP. 197201252002121002 (Penguji Ahli)		21-08-2020 .....
4	<u>Usep Suhud, M.Si., Ph.D.</u> NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		27-08-2020 .....
5	<u>Ika Febrilia, S.E., M.M.</u> NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 2)		27-08-2020 .....
Nama : Rosa Yulia Annisa No. Registrasi : 8215161490 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 25 Agustus 2020			

# LEMBAR ORISINALITAS

## LEMBAR 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 di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berani menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 27 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



8215161490

# 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](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 : Rosa Yulia Annisa  
NIM : 8215161490  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen  
Alamat email : rosayuliannisa@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 :

Menginvestigasi *Revisit Intention* Wisatawan Taman Margasatwa Ragunan, Jakarta: Faktor-Faktor Apa Saja Yang Memengaruhi?

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, 31 Agustus 2020

Penulis

( Rosa Yulia Annisa )  
nama dan tanda tangan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur praktikan panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga praktikan dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “**Menginvestigasi *Revisit Intention* Wisatawan Taman Margasatwa Ragunan, Jakarta: Faktor-Faktor Apa Saja Yang Memengaruhi?**”. Proposal ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Manajemen, pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Praktikan menyadari bahwa proposal penelitian ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterima kasih kepada:

1. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku dosen pembimbing 1 atas arahan dan dukungannya selama proses penulisan proposal penelitian ini.
2. Ika Febrilia, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing 2 atas arahan dan dukungannya selama proses penulisan proposal penelitian ini.
3. Dr. Suherman, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., selaku Dekan beserta para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Ketua Sidang, Sekretaris, dan Penguji Ahli yang telah memberikan masukan serta saran agar proposal penelitian ini berjalan dengan baik.



6. Orang tua, keluarga dan Muhammad Irfan selaku orang-orang tercinta dan tersayang atas segala doa yang dipanjatkan dan segala dukungan yang telah diberikan kepada penulis.
7. Semua sahabat dan rekan-rekan yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan proposal penelitian ini.

Semoga Allah SWT melipat gandakan pahala kepada mereka semua atas bantuan dan dorongannya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Semoga proposal penelitian ini dapat berguna untuk penulis dan banyak orang.

Jakarta, Agustus 2020

Rosa Yulia Annisa

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS.....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</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>
A. Latar Belakang .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kebaruan Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Latar Belakang Teori.....	9
a. <i>Destination Image</i> .....	9
b. <i>Customer Expectation</i> .....	10
c. <i>Perceived Value</i> .....	11
d. <i>Customer Satisfaction</i> .....	11
e. <i>Revisit Intention</i> .....	12
B. Kerangka Teori.....	14
a. <i>Destination Image dan Perceived Value</i> .....	14
b. <i>Destination Image dan Customer Satisfaction</i> .....	14
c. <i>Customer Expectation dan Perceived Value</i> .....	15
d. <i>Customer Expectation dan Customer Satisfaction</i> .....	15
e. <i>Perceived Value dan Customer Satisfaction</i> .....	16

f. <i>Perceived Value</i> dan <i>Revisit Intention</i> .....	17
g. <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Revisit Intention</i> .....	17
C. Hipotesis .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	21
B. Pendekatan Penelitian.....	21
C. Populasi dan Sampel.....	21
D. Penyusunan Instrumen.....	22
E. Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Teknik Analisis Data .....	26
a. Uji Validitas .....	26
b. Uji Reliabilitas .....	27
c. Uji Hipotesis.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
A. Deskripsi Data.....	33
B. Pembahasan.....	42
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
A. Kesimpulan .....	62
B. Implikasi .....	63
C. Keterbatasan Penelitian .....	64
D. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2017-2019.....	2
Tabel 1. 2 Kebaruan Penelitian.....	7
Tabel 2. 1 Tabel Hipotesis.....	19
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran.....	23
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i> .....	26
Tabel 3. 3 Uji Validitas dan Realibilitas ( <i>Pilot Study</i> ).....	27
Tabel 3. 4 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahap <i>Screening</i> .....	33
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	34
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	34
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	35
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Destination Image</i> .....	35
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Expectation</i> .....	37
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> .....	38
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	40
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Revisit Intention</i> .....	41
Tabel 4. 11 Analisis Faktor <i>Destination Image</i> .....	43
Tabel 4. 12 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Destination Image</i> .....	43
Tabel 4. 13 Analisis Faktor <i>Customer Expectation</i> .....	44
Tabel 4. 14 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Customer Expectation</i> .....	45
Tabel 4. 15 Analisis Faktor <i>Perceived Value</i> .....	45
Tabel 4. 16 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Perceived Value</i> .....	46
Tabel 4. 17 Analisis Faktor <i>Customer Satisfaction</i> .....	47
Tabel 4. 18 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	47
Tabel 4. 19 Analisis Faktor <i>Revisit Intention</i> .....	48
Tabel 4. 20 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Revisit Intention</i> .....	48
Tabel 4. 21 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Destination Image</i> .....	50
Tabel 4. 22 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Expectation</i> .....	51
Tabel 4. 23 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Perceived Value</i> .....	52
Tabel 4. 24 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	53
Tabel 4. 25 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Revisit Intention</i> .....	54
Tabel 4. 26 Nilai <i>Full Model SEM</i> .....	55

<b>Tabel 4. 27 Nilai <i>Fit Model</i> .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 28 Pernyataan Indikator <i>Fit Model</i> .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 29 Estimasi Parameter <i>Regression Weights Model</i> .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4. 30 Hasil <i>Fit Model</i>.....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Jumlah Wisatawan Mancanegara 2019.....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 1. 2 Pusat Primata Schmutzer.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 1. 3 Isu Ragunan.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>18</b>
<b>Gambar 4. 1 <i>Model First Order Construct Variabel Destination Image</i>.....</b>	<b>49</b>
<b>Gambar 4. 2 <i>Model First Order Construct Variabel Customer Expectation</i> .....</b>	<b>50</b>
<b>Gambar 4. 3 <i>Model First Order Construct Variabel Perceived Value</i> .....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 4. 4 <i>Model First Order Construct Variabel Customer Satisfaction</i>.....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 4. 5 <i>Model First Order Construct Variabel Revisit Intention</i> .....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 4. 6 Hasil <i>Full Model</i>.....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 4. 7 <i>Fit Model</i>.....</b>	<b>55</b>