

TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED BENEFITS* DAN
PERCEIVED COSTS TERHADAP *REVISIT INTENTION*
MELALUI *PERCEIVED VALUE* DAN *SATISFACTION* PADA
PENGUNJUNG MUSEUM ANGKUT BATU DI SURABAYA**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

**NAMA : MERLIANA POERWANTI SISWANTO
NPM : 01120140015**



**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA
2017**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : Merliana Poerwanti Siswanto

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120140015

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED BENEFITS* DAN *PERCEIVED COSTS* TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* DAN *SATISFACTION* PADA PENGUNJUNG MUSEUM ANGKUT BATU DI SURABAYA”** adalah:

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapat gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 19 September 2017
Yang membuat pernyataan



(Merliana Poerwanti Siswanto)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED BENEFITS* DAN *PERCEIVED COSTS* TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* DAN *SATISFACTION* PADA PENGUNJUNG MUSEUM
ANGKUT BATU DI SURABAYA

Oleh:

Nama : Merliana Poerwanti Siswanto
NPM : 01120140015
Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 19 September 2017

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Dr. Ronald S.T., M.M.

Co- Pembimbing/Supervisor

Amelia S.E., RFP-I., M.M.

Ketua Jurusan Manajemen



Amelia S.E., RFP-I., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ronald S.T., M.M.



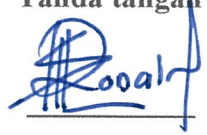
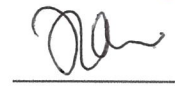

**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada (hari dan tanggal sidang) telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama:

Nama : Merliana Poerwanti Siswanto
NPM : 01120140015
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED BENEFITS* DAN *PERCEIVED COSTS* TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* DAN *SATISFACTION* PADA PENGUNJUNG MUSEUM ANGKUT BATU DI SURABAYA**” oleh tim penguji yang terdiri dari:

Dewan Penguji	Status	Tanda tangan
Dr. Ronald S.T., M.M..	sebagai Ketua/Pembimbing	
Oliandes Sondakh, S.E., M.M.	sebagai Penguji Pertama	
Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M.	sebagai Penguji Kedua	

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya mulai dari hal akademik hingga non-akademik, serta selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Ibu Oliandes Sondakh S.E., M.M., selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Bapak Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut memberikan saran dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

5. Staf Dosen Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah membagikan ilmu-ilmu bermanfaat kepada penulis selama perkuliahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Keluarga saya, Mama Petrizia dan Cece Diana yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat, dan banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Timotius Ardi Putra yang sudah membantu saya dalam memberikan masukan dan saran, membantu saya saat saya kehabisan ide dan mendukung serta membantu kelancaran dalam penelitian ini.
8. Ce Kartika, Ce Sally, yang sudah bertindak sebagai kakak senior yang baik dan tentunya banyak membantu memberi banyak masukan dalam penelitian ini.
9. Teman-teman lain di Coach Group Rahayu, Coach-CGL South Youth dan CG South Youth 50 yang sudah banyak membantu memberikan semangat dan doa dalam penyelesaian penelitian ini.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 19 September 2017

Merliana Poerwanti Siswanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
IDENTITAS TIM PENGUJI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah	11
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 <i>Revisit Intention</i>	15
2.1.2 <i>Satisfaction</i>	16
2.1.3 <i>Perceived Value</i>	18
2.1.4 <i>Quality Of Touristic Services</i>	19
2.1.5 <i>Destination Appearance</i>	21
2.1.6 <i>Emotional Experience</i>	22
2.1.7 <i>Reputation</i>	23

2.1.8 <i>Monetary Cost</i>	25
2.1.9 <i>Non-monetary Cost</i>	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Pengembangan Hipotesis	28
2.3.1 Pengaruh <i>quality of touristic services</i> terhadap <i>perceived value</i>	28
2.3.2 Pengaruh <i>destination appearance</i> terhadap <i>perceived value</i>	29
2.3.3 Pengaruh <i>emotional experience</i> terhadap <i>perceived value</i>	29
2.3.4 Pengaruh <i>reputation</i> terhadap <i>perceived value</i>	29
2.3.5 Pengaruh <i>monetary cost</i> terhadap <i>perceived value</i>	30
2.3.6 Pengaruh <i>non-monetary cost</i> terhadap <i>perceived value</i>	31
2.3.7 Pengaruh <i>quality of touristic services</i> terhadap <i>satisfaction</i>	31
2.3.8 Pengaruh <i>perceived value</i> terhadap <i>satisfaction</i>	32
2.3.9 Pengaruh <i>perceived value</i> terhadap <i>revisit intention</i>	32
2.3.10 Pengaruh <i>satisfaction</i> terhadap <i>revisit intention</i>	33
2.4 Model Penelitian	34
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.5 Metode Analisis Data.....	43
3.5.1 Uji Reliabilitas	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Museum Angkut.....	54
4.2 Analisis Data.....	55
4.2.1 Statistik Deskriptif	55
4.2.1.1 Karakteristik Responden	55
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57

4.2.1.4	Tanggapan Responden	58
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	67
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap <i>Quality of Touristic Services</i>	67
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Destination Appearance</i>	68
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap <i>Emotional Experience</i>	69
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Reputation</i>	70
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>Monetary Cost</i>	72
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>Non-monetary Cost</i>	73
4.2.2.7	Penjelasan Responden terhadap <i>Perceived Value</i>	74
4.2.2.8	Penjelasan Responden terhadap <i>Satisfaction</i>	75
4.2.2.9	Penjelasan Responden terhadap <i>Revisit Intention</i>	76
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data	77
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data	78
4.2.3.2	Evaluasi <i>Outliers</i>	79
4.2.3.2.1	<i>Univariate Outliers</i>	79
4.2.3.2.2	<i>Multivariate Outliers</i>	80
4.2.3.3	Evaluasi Multicollinearity dan Singularity	81
4.2.3.4	Analisis Faktor Konfirmatori	81
4.2.3.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	82
4.2.3.4.1.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Quality of Touristic Services</i>	82
4.2.3.4.1.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Destination Appearance</i>	83
4.2.3.4.1.3	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Emotional Experience</i>	84
4.2.3.4.1.4	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Reputation</i>	85
4.2.3.4.1.5	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Monetary Cost</i>	86
4.2.3.4.1.6	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Non- Monetary Cost</i>	87

4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	88
4.2.3.4.2.3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Perceived Value</i>	88
4.2.3.4.2.3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Satisfaction</i>	89
4.2.3.4.2.3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel <i>Revisit Intention</i>	90
4.2.3.5 Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i>	91
4.2.3.6 Uji <i>Reliability</i>	94
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis	95
4.2.4.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1)	96
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	96
4.2.4.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3).....	97
4.2.4.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4).....	97
4.2.4.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5).....	98
4.2.4.6 Pengujian Hipotesis 6 (H6).....	98
4.2.4.7 Pengujian Hipotesis 7 (H7).....	99
4.2.4.8 Pengujian Hipotesis 8 (H8).....	99
4.2.4.9 Pengujian Hipotesis 9 (H9).....	100
4.2.4.10 Pengujian Hipotesis 10 (H10).....	100
4.3 Pembahasan.....	101
BAB V KESIMPULAN	118
5.1 Simpulan	118
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	118
5.1.1.1 Pengaruh <i>quality of touristic services</i> terhadap <i>perceived value</i> ..	118
5.1.1.2 Pengaruh <i>destination appearance</i> terhadap <i>perceived value</i>	119
5.1.1.3 Pengaruh <i>emotional experience</i> terhadap <i>perceived value</i>	119
5.1.1.4 Pengaruh <i>reputation</i> terhadap <i>perceived value</i>	120
5.1.1.5 Pengaruh <i>monetary cost</i> terhadap <i>perceived value</i>	121
5.1.1.6 Pengaruh <i>non-monetary cost</i> terhadap <i>perceived value</i>	122
5.1.1.7 Pengaruh <i>quality of touristic services</i> terhadap <i>satisfaction</i>	122
5.1.1.8 Pengaruh <i>perceived value</i> terhadap <i>satisfaction</i>	123

5.1.1.9 Pengaruh <i>perceived value</i> terhadap <i>revisit intention</i>	124
5.1.1.10 Pengaruh <i>satisfaction</i> terhadap <i>revisit intention</i>	124
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	125
5.2 Implikasi	126
5.2.1 Implikasi Teoritis	126
5.2.2 Implikasi Manajerial	129
5.3 Rekomendasi	137
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN A	A-1
LAMPIRAN B	B-1
LAMPIRAN C	C-1
LAMPIRAN D	D-1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kunjungan Wisatawan Mancanegara Periode 2015	1
Gambar 1.2	Grafik Industri Pariwisata Tahun 2004-2019.....	2
Gambar 1.3	Logo Museum Angkut	4
Gambar 1.4	Persentase Pengunjung Objek Wisata Kota Batu Tahun 2014	7
Gambar 1.5	Pasar Apung Nusantara Pada Malam Hari.....	9
Gambar 1.6	Daftar Harga Tiket Masuk Museum Angkut	10
Gambar 2.1	Model Penelitian	34
Gambar 3.1	Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	45
Gambar 4.1	Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 4.2	Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar 4.3	<i>Confirmatory Analysis Quality of Touristic Services</i>	82
Gambar 4.4	<i>Confirmatory Analysis Destination Appearance</i>	83
Gambar 4.5	<i>Confirmatory Analysis Emotional Experience</i>	84
Gambar 4.6	<i>Confirmatory Analysis Reputation</i>	85
Gambar 4.7	<i>Confirmatory Analysis Monetary Cost</i>	86
Gambar 4.8	<i>Confirmatory Analysis Non-monetary Cost</i>	87
Gambar 4.9	<i>Confirmatory Analysis Perceived Value</i>	88
Gambar 4.10	<i>Confirmatory Analysis Satisfaction</i>	89
Gambar 4.11	<i>Confirmatory Analysis Revisit Intention</i>	90
Gambar 4.12	<i>Full Structural Equation Model</i>	92

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Desain Inti Kuesioner	40
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3.3	Keterangan Indikator Konstruk	45
Tabel 3.4	Keterangan Hubungan Antar Konstruk	46
Tabel 3.5	Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran	48
Tabel 3.6	Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>)	52
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.3	Derajat Penilaian Setiap Variabel	58
Tabel 4.4	Tanggapan Responden terhadap <i>Quality of Touristic Services</i>	59
Tabel 4.5	Tanggapan Responden terhadap <i>Destination Appearance</i>	60
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap <i>Emotional Experience</i>	61
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap <i>Reputation</i>	62
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap <i>Monetary Cost</i>	63
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap <i>Non-monetary Cost</i>	64
Tabel 4.10	Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Value</i>	65
Tabel 4.11	Tanggapan Responden terhadap <i>Satisfaction</i>	66
Tabel 4.12	Tanggapan Responden terhadap <i>Revisit Intention</i>	67
Tabel 4.13	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Quality of Touristic Services</i>	67
Tabel 4.14	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Destination Appearance</i>	69
Tabel 4.15	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Emotional Experience</i>	70
Tabel 4.16	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Reputation</i>	71
Tabel 4.17	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Monetary Cost</i>	72
Tabel 4.18	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Non-monetary Cost</i>	73
Tabel 4.19	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Value</i>	74
Tabel 4.20	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Satisfaction</i>	75
Tabel 4.21	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Revisit Intention</i>	76
Tabel 4.22	<i>Goodness of Fit Index</i>	78
Tabel 4.23	Hasil Uji Normalitas Data.....	78
Tabel 4.24	Statistik Deskriptif <i>Z-Score</i>	80
Tabel 4.25	<i>Mahalanobis Distance</i>	81
Tabel 4.26	Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Quality of Touristic Services</i>	83
Tabel 4.27	Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Destination Appearance</i>	84
Tabel 4.28	Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Emotional Experience</i>	85
Tabel 4.29	Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Reputation</i>	86
Tabel 4.30	Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Monetary Cost</i>	87
Tabel 4.31	Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Non-monetary Cost</i>	88
Tabel 4.32	Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Perceived Value</i>	89
Tabel 4.33	Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Satisfaction</i>	90
Tabel 4.34	Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Revisit Intention</i>	91
Tabel 4.35	Indeks Pengujian Kelayakan.....	91
Tabel 4.36	<i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i>	93

Tabel 4.37	Uji <i>Reliability</i>	95
Tabel 4.38	Hasil Uji Hipotesis.....	96
Tabel 4.39	Indikator Variabel <i>Quality of Touristic Services</i>	107
Tabel 4.40	Indikator Variabel <i>Destination Appearance</i>	109
Tabel 4.41	Indikator Variabel <i>Emotional Experience</i>	110
Tabel 4.42	Indikator Variabel <i>Reputation</i>	111
Tabel 4.43	Indikator Variabel <i>Monetary Cost</i>	111
Tabel 4.44	Indikator Variabel <i>Non-monetary Cost</i>	113
Tabel 4.45	Indikator Variabel <i>Perceived Value</i>	114
Tabel 4.46	Indikator Variabel <i>Satisfaction</i>	115
Tabel 4.47	Indikator Variabel <i>Revisit Intention</i>	116
Tabel 5.1	Implikasi Teoritis	126
Tabel 5.2	Implikasi Manajerial	134

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: KUESIONER	A-1
Lampiran B: TABULASI DATA KUESIONER.....	B-1
Lampiran C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPSTIF.....	C-1
Lampiran D: HASIL PENGUJIAN STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM).....	D-1