

**PENGARUH CUSTOMER PERCEIVED VALUE DAN  
DESTINATION IMAGE TERHADAP SATISFACTION DAN  
REVISIT INTENTIONPADA *HALAL TOURISM IN*  
BANYUWANGI**

**SKRIPSI**



**Dini Ubaidillah**

**201769100072**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2021**

**PENGARUH CUSTOMER PERCEIVED VALUE DAN  
DESTINATION IMAGE TERHADAP SATISFACTION DAN  
REVISIT INTENTIONPADA *HALAL TOURISM IN*  
BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN

MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)



**Dini Ubaidillah**

**201769100072**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2021**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul :Pengaruh *customer perceived value* dan *destination image* terhadap *satisfaction* dan *revisit intention* (survey pada *moslem tourist of halal tourism in Banyuwangi*)

Disusun Oleh :Dini Ubaidillah

NIM :201769100072

Fakultas :Ilmu sosial dan Politik

Jurusan :Administrasi Bisnis

Konsentrasi :Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan  
didepan tim penguji  
pasuruan,11 agustus 2021

menyetujui,

**Pembimbing,**



(Dr. Any urwatul wusko S.sos., M.AB)  
NIP. Y 0691103037

**TANDA PENGESAHAN**

TELAH DIPERTAHANKAN DIDEPAN PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN,  
PADA:

HARI :RABU

TANGGAL :18 AGUSTUS 2021

JAM :12.00 WIB

JUDUL :Pengaruh *Customer Perceived Value* Dan *Destination  
Image* Terhadap *Satisfaction* Dan *Revisit Intention* Pada  
*Halal Tourism In Banyuwangi*

**DINYATAKAN LULUS**

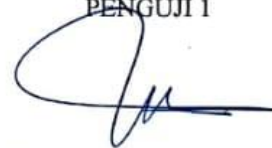
MAJELIS PENGUJI

PENGUJI UTAMA



**(Dr. Kholid Murtadho, S.E., M.E)**  
NIP. Y 0690203006

PENGUJI 1



**(M. Sulhan, S.Sos., M.AB)**  
NIP. Y 0691000039

**MENGESAHKAN**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik



**(Dr. Anyurwaful Wusko S.Sos, M.AB)**  
NIP. Y 0691103037

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :Dini Ubaidillah

Nim :201769100072

Fakultas :Ilmu Sosial Dan Politik

Program Studi :Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan maupun pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan 12 agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Dini Ubaidillah

## HALAMAN PERUNTUKAN

*Skripsi ini saya tujukan  
Kepada Bpk. M.Rois dan  
Ibu Tamiasih Selaku  
kedua orang tua saya, dan  
juga untuk kakak- kakak  
saya Rinawatul Husna  
dam Rifatul Hidayati*

**MOTTO**

**”JIKA KAMU INGIN SUKSES TERIKATLAH PADA TUJUAN,  
BUKAN PADA ORANG ATAU BENDA”**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “pengaruh *customer perceived value* dan *destination image* terhadap *satisfaction* dan *revisit intention*” skripsi ini disusun sebagai syarat menyelesaikan studi jenjang strata satu (S1), program studi Administrasi Bisnis, fakultas ilmu sosial dan politik, Universitas Yudharta Pasuruan.

Penulis menyadari sebelumnya, telah mendapat banyak dukungan dan bimbingan dari pihak yang telah menyumbangkan waktu, tenaga, dan pikirannya. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Romo K.H Sholeh Bahrudin selaku pengasuh yayasan pondok pesantre
2. Bapak Dr. Kholid Murtadlo S.E, M.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan
3. Ibu Dr. Any Urwatul Wusko S.Sos, M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik dan juga Dosen pembimbing Kami.



4. Ibu Nur Ajizah S.Sos, M.AB selaku ketua program studi Administrasi bisnis.
5. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan dan selalu memberikan yang terbaik dari segala aspek.
6. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan turut memberi masukan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah berjasa dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkn kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi kedepannya.

Pasuruan, 12 agustus 2021

Penulis,

Dini Ubaidillah

**PENGARUH CUSTOMER PERCEIVED VALUE DAN DESTINATION  
IMAGE TERHADAP SATISFACTION DAN REVISIT  
INTENTION(SURVEY PADA MOSLEM TOURIST OF HALAL  
TOURISM IN BANYUWANGI)**

Dini Ubaidillah

Any urwatul wusko S.Sos, M.AB

Program studi Administrasi bisnis, Fakultas Ilmu Sosian dan Politik

Universitas Yudharta Pasuruan

E-mail : [diniubaidillah11@gmail.com](mailto:diniubaidillah11@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer perceived value* dan *destination image* terhadap *satisfaction* dan *revisit intention*. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif yaitu dengan melakukan survey menggunakan kuesioner secara online melalui Google form untuk pengambilan sampelnya. Populasi dari penelitian ini adalah semua pengunjung yang pernah mengunjungi pulau santen. Sampel penelitian ini menggunakan rumus machine dan diketahui jumlah sampel sebanyak 115 orang. Penelitian ini menggunakan analisis PLS *Partial Least Square* dan diuji menggunakan warp PLS 7.0. hasil penelitian diperoleh bahwa pengunjung pulau santen didominasi oleh pengunjung perempuan yaitu 53,9%. Hasil analisis diketahui 1). *Customer perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction* 2). *Destination*

*image* berpengaruh positif signifikan terhadap *satisfaction* 3). *Customer perceived value* berpengaruh positif signifikan terhadap *revisit intention* 4). *Destination image* berpengaruh positif signifikan terhadap *revisit intention* 5). *Satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *revisit intention*.

**Kata kunci** :*customer perceived value, destination image, satisfaction, revisit intention*.

## DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR.....	
SAMPUL DALAM.....	
TANDA PERSETUJUAN .....	i
TANDA PENGESAHAN .....	ii
KEASLIAN TULISAN.....	iii
HALAMAN PERUNTUKAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
<b>BAB 1 :PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan khusus .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teoritik .....	9
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	9
2.1.2 <i>Customer Perceived Value</i> .....	12
2.1.3 <i>Destination Image</i> .....	15
2.1.4 <i>satisfaction</i> .....	17

2.1.5 <i>Revisit Intention</i> .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	44
2.4 Hipotesis.....	47
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	49
3.2 Lokasi penelitian .....	49
3.3 Variabel dan Pengukuran .....	49
3.4 Populasi dan Sampel .....	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.6 Uji instrumen.....	55
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
<b>BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Penyajian Data .....	60
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
4.1.2 Profil Pantai Syariah .....	61
4.1.3 Profil Responden.....	65
4.1.4 Deskripsi responden berdasarkan Usia .....	66
4.1.5 Deskripsi responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.1.6 Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir .....	68
4.1.8 Analisis Deskriptif .....	70
4.1.9 Analisis statistik inferensial .....	84
4.1.10 Hasil Analisis Warp PLS .....	84
4.1.11 Pengujian Validitas variabel .....	84

4.1.12 Uji Reliabilitas Variabel.....	97
4.1.13 <i>Goodness of fit</i> .....	98
4.1.14 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	99
4.1.15 <i>Effect Size</i> .....	100
4.1.16 <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ ).....	102
4.1.17 Hail Pengujian Hipotesis.....	102
4.2 Pembahasan.....	106
4.2.1 Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif.....	106
4.2.2 Pengaruh <i>customer perceived value</i> terhadap <i>satisfaction</i> ( $H_1$ ).....	111
4.2.3 Pengaruh <i>destination image</i> terhadap <i>satisfaction</i> ( $H_2$ ).....	113
4.2.4 Pengaruh <i>customer perceived value</i> terhadap <i>revisit intention</i> ( $H_3$ ). .....	114
4.2.5 Pengaruh <i>destination image</i> terhadap <i>revisit intention</i> ( $H_4$ ) .....	116
4.2.6 Pengaruh <i>satisfaction</i> terhadap <i>revisit intention</i> ( $H_5$ ) .....	117
4.2.7 Pembahasan Model Secara Keseluruhan .....	119
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	121
5.2 Saran.....	122

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 alasan pemerintah mengembangkan pulau santen .....	4
Tabel 2.1 pengertian <i>customer perceived value</i> .....	13
Tabel 2.2 pengukuran <i>customer perceived value</i> .....	15
Tabel 2.3 pengertian <i>destination image</i> .....	16
Tabel 2.4 pengukuran <i>destination image</i> .....	17
Tabel 2.5 pengertian <i>satisfaction</i> .....	18
Tabel 2.6 pengukuran <i>satisfaction</i> .....	20
Tabel 2.7 pengertian <i>revisit intention</i> .....	21
Tabel 2.8 pengukuran <i>revisit intention</i> .....	23
Tabel 2.9 mapping jurnal .....	35
Tabel 2.10 mapping perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya.....	42
Tabel 3.1 indikator <i>customer perceived value</i> .....	50
Tabel 3.2 indikator <i>destination image</i> .....	51
Tabel 3.3 indikator <i>satisfaction</i> .....	52
Tabel 3.4 indikator <i>revisit intention</i> .....	52
Tabel 3.5 Uji Loading Dan P Value.....	56
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel.....	57
Tabel 4.1 Responden berdasarkan usia .....	66
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan tingkat pendidikan .....	69
Tabel 4.4 Kriteria interpretasi skor.....	71
Tabel 4.5 Distribusi Persepsi Responden Terhadap Pernyataan ( $X_1$ ) .....	71

Tabel 4.6 Distribusi Persepsi Responden Terhadap Pernyataan ( $X_2$ ) .....	75
Tabel 4.7 Distribusi Persepsi Responden Terhadap Pernyataan ( $Y_1$ ) .....	78
Tabel 4.8 Distribusi Persepsi Responden Terhadap Pernyataan ( $Y_2$ ) .....	82
Tabel 4.9 validitas konvergen variabel <i>customer perceived value</i> .....	86
Tabel 4.10 <i>correlation among I. Vs.rts. of AVEs</i> Variabel <i>customer perceived value</i> ( $X_1$ ) .....	87
Tabel 4.11 validitas konvergen variabel <i>destination image</i> .....	89
Tabel 4.12 <i>correlation among I. Vs.rts. of AVEs</i> Variabel <i>destination image</i> ( $X_2$ ) .....	91
Tabel 4.13 validitas konvergen variabel <i>satisfaction</i> .....	92
Tabel 4.14 <i>correlation among I. Vs.rts. of AVEs</i> Variabel <i>satisfaction</i> ( $Y_1$ ) .	94
Tabel 4.15 validitas konvergen variabel <i>revisit intention</i> .....	95
Tabel 4.16 <i>correlation among I. Vs.rts. of AVEs</i> Variabel <i>revisit intention</i> ( $Y_2$ ) .....	96
Tabel 4.17 hasil pengujian reliabilitas variabel.....	97
Tabel 4.18 hasil <i>goodness of fit</i> .....	98
Tabel 4.19 hasil koefisien determinasi.....	99
Tabel 4.20 hasil pengujian <i>effect size</i> .....	100
Tabel 4.21 Hasil Pengujian <i>Predictive Relevance</i> .....	102
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis pengaruh langsung.....	103
Tabel 4.23 Hasil pengujian pengaruh tidak langsung .....	105



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar statistik kepariwisataan.....	3
Gambar 2.1 Hipotesis.....	47
Gambar 4.1 Grafik responden berdasarkan usia .....	67
Gambar 4.2 Grafik responden berdasarkan jenis kelamin .....	68
Gambar 4.2 Grafik responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	

