

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *PROMOTION*  
TERHADAP *REVISIT INTENTION* DENGAN *SATISFACTION*  
SEBAGAI INTERVENING, STUDI KASUS DUNIA FANTASI,  
ANCOL**

**RINA ANGGRAENI**

**8215150297**



**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**

**2022**

***THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE AND PROMOTION  
TOWARDS REVISIT INTENTION WITH SATISFACTION AS  
INTERVENING, CASE STUDY OF DUNIA FANTASI, ANCOL***

**RINA ANGGRAENI**

**8215150297**



***This is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor of  
Management Degree on Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF SI MANAGEMENT***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2022***

## ABSTRAK

**Rina Anggraeni, 2022; Pengaruh *Perceived Value* dan *Promotion* terhadap *Revisit Intention* dengan *Satisfaction* sebagai *Intervening* (Studi Kasus Dunia Fantasi, Ancol). Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived value* dan *promotion* terhadap *revisit intention* dengan *satisfaction* sebagai *intervening*. Data diperoleh dengan menggunakan metode survei dengan *purposive sampling* secara skala *likert type-scale* kepada 220 responden pengunjung Dunia Fantasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan *Software LISREL* versi 8.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan *perceived value* terhadap *satisfaction*, terdapat pengaruh signifikan *promotion* terhadap *satisfaction*, terdapat pengaruh signifikan *perceived value* terhadap *revisit intention*, terdapat pengaruh signifikan *promotion* terhadap *revisit intention*, terdapat pengaruh signifikan *satisfaction* terhadap *revisit intention*, terdapat pengaruh signifikan *perceived value* terhadap *revisit intention* melalui *satisfaction*, dan terdapat pengaruh signifikan *promotion* terhadap *revisit intention* melalui *satisfaction*.

**Kata kunci:** *Perceived Value, Satisfaction, Promotion, Revisit Intention*

## **ABSTRACT**

***Rina Anggraeni, 2022; The Effect of Perceived Value and Promotion Towards Revisit Intention with Satisfaction as Intervening (Case Study of Dunia Fantasi, Ancol). Thesis, Jakarta: Concentration in Marketing, Management Studies Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta.***

*This study aims to determine the effect of perceived value and promotion on revisit intention with satisfaction as an intervention. Data was obtained by using a survey method with purposive sampling on a likert type-scale to 220 respondents on visitors of Dunia Fantasi. The data analysis method used in this research is Structural Equation Modeling (SEM) using LISREL software version 8.8. The results show that there is a significant effect of perceived value on satisfaction, there is a significant effect of promotion on satisfaction, there is a significant effect of perceived value on revisit intention, there is a significant effect of promotion on revisit intention, there is a significant effect of satisfaction on revisit intention, there is a significant positive of satisfaction on revisit intention. There is a significant effect of perceived value on revisit intention through satisfaction, and there is a significant effect of promotion on revisit intention through satisfaction.*

***Keyword: Perceived Value, Promotion, Satisfaction, Revisit Intention***

# LEMBAR PENGESAHAN







## LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd.  
NIP. 197207152001121001

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Usep Suhud, M.Si., Ph.D</u> NIP. 197002122008121001 (Ketua)		16-02-2022
2	<u>Shandy Aditya, BIB., MPBS.</u> NIP. 1988404082019031003 (Sekertaris)	 	15-02-2022
3	<u>Agung Kresnamurti Rivai P., ST., MM.</u> NIP. 197404162006041001 (Penguji Ahli)		16-02-2022
4	<u>Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E, MM.</u> NIP. 197206272006041001 (Pembimbing 1)		17-02-2022
5	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 1963011911992032001 (Pembimbing 2)		17-02-2022

Nama : Rina Anggraeni  
No. Registrasi : 8215150297  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tanggal Lulus : 07-02-2022

## PERNYATAAN 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 di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakberatan, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta,  
  
Rina Anggraeni  
NIM. 8215150297



# 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 : Rina Anggraeni  
NIM : 8215150297  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen  
Alamat email : rinaanggra9@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 :

Pengaruh *Perceived Value* dan *Promotion* terhadap *Revisit Intention* dengan *Satisfaction* sebagai variabel *Intervening*, Studi Kasus Dunia Fantasi, Ancol

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, 23 – Februari – 2022

Penulis

( Rina Anggraeni )

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Serta kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Perceived Value* dan *Promotion Terhadap Revisit Intention* dengan *Satisfaction* Sebagai *Intervening* (Studi Kasus pada Dunia Fantasi, Ancol)”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini Penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, M.Si., selaku Koordinator Progam Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Dr. Mohamad Rizan S.E, MM., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dalam proses pembuatan skripsi ini.
4. Dra. Basrah Saidani, M.Si., selaku Dosen Pembimbing 2 atas berbagai saran dan arahannya yang akhirnya Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
5. Hania Aminah, S.Pd., M.M., selaku Pembimbing Akademik.



6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNJ yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak pelajaran dan bimbingan selama perkuliahan.
7. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan semangat baik moril maupun materil, dan memberikan motivasi sehingga Penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Zuffar Ikhsan Pratama yang sudah mau menjadi tempat berbagi keluh kesah, suka dan duka, dan sumber motivasi bagi penulis.
9. Teman seperjuangan skripsi yang sangat mendukung dan sudah saling berbagi ilmu dan cerita dalam proses penyusunan skripsi ini yaitu Nur Sania, Kevin Nugroho, dan Defytri Nur Agustine yang selalu berbagi ilmu, informasi, serta motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Konglomerat yaitu, Yaumil Fauziyyah, An Nisaa Zulfiani, Eno Balqis, Novia Kumala, Syamsul Bahri, yang selalu memberikan semangat kepada Penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman Jalan-jalan yaitu, Maghfira R., Devi Wanda, Sukma Andika yang selalu memberikan semangat dan motivasi agar Penulis bisa cepat menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman *Multichat* yaitu, Rekha Sandra, Rizka Yuniar, Mia Maulidina, Try Susanti yang selalu mengingatkan Penulis disaat Penulis sudah menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Para sahabat Kita yang Baru yaitu, Bilqis Sabiilahaqq, Indraswari Sara, Regita Azizah, Erina Amelia, dan Donna Shandra yang selalu menjadi tempat berbagi suka maupun duka.
14. Teman-teman kelas Manajemen A 2015 yang telah bersama-sama berjuang dalam belajar dan memberikan banyak pengalaman dan kenangan dari semester awal sampai semester akhir, serta memberikan dukungan kepada Penulis.
15. Semua pihak yang telah membantu Penulis dalam mengerjakan skripsi yang mana tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua.

Dengan segala kerendahan hati, Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini, sehingga Penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, Juli 2021

Rina Anggraeni

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Pertanyaan Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>8</b>
<b>KAJIAN TEORITIK</b> .....	<b>8</b>
<b>2.1 Deskripsi Konseptual</b> .....	<b>8</b>
2.1.1 <i>Perceived Value</i> .....	<b>8</b>
2.1.2 <i>Promotion</i> .....	<b>10</b>
2.1.3 <i>Satisfaction</i> .....	<b>11</b>
2.1.4 <i>Revisit Intention</i> .....	<b>12</b>
<b>2.2 Review Penelitian Relevan</b> .....	<b>13</b>
<b>2.3 Kerangka Teoritik</b> .....	<b>20</b>
<b>2.4 Hipotesis</b> .....	<b>23</b>

<b>BAB III.....</b>	<b>24</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
<b>3.1 Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian .....</b>	<b>24</b>
<b>3.2 Metode Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....</b>	<b>25</b>
3.3.1 Variabel Dependen.....	25
3.3.2 Variabel Independen .....	25
3.3.3 Variabel <i>Intervening</i> .....	26
<b>3.4 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>26</b>
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel .....	27
<b>3.5 Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>30</b>
<b>3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....</b>	<b>31</b>
3.6.1 <i>Perceived Value</i> .....	31
3.6.2 <i>Promotion</i> .....	33
3.6.3 <i>Satisfaction</i> .....	35
3.6.4 <i>Revisit Intention</i> .....	37
<b>3.7 Skala Pengukuran.....</b>	<b>38</b>
<b>3.8 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>39</b>
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	39
3.8.2 Uji Validitas .....	39
3.8.3 Uji Reliabilitas .....	40
3.8.4 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	41
3.8.5 Kesesuaian Model.....	43
3.8.6 Pengujian Hipotesis .....	46
<b>3.9 Model SEM.....</b>	<b>46</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>47</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
<b>4.1 Deskripsi Data .....</b>	<b>47</b>
<b>4.2 Hasil Analisis Data.....</b>	<b>50</b>
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	50

4.2.2	Analisis Deskriptif .....	52
4.2.3	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	59
4.2.4	Full Model SEM .....	64
4.2.5	Fit Model SEM .....	66
<b>4.3</b>	<b>Hasil Uji Hipotesis.....</b>	<b>68</b>
4.3.1	Pembahasan .....	71
4.3.2	Implikasi .....	74
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>76</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>.....</b>	<b>76</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>76</b>
<b>5.2</b>	<b>Implikasi Manajerial .....</b>	<b>78</b>
<b>5.3</b>	<b>Saran .....</b>	<b>79</b>
5.3.1	Saran Praktis .....	79
5.3.2	Saran Teoritis .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>86</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	<b>.....</b>	<b>113</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Destinasi Wisata di Jakarta	3
2.1	<i>Review</i> Penelitian Relevan	19
2.2	Tabel Hipotesis	22
3.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
3.2	Operasionalisasi <i>Perceived Value</i>	31
3.3	Operasionalisasi <i>Promotion</i>	33
3.4	Operasionalisasi <i>Satisfaction</i>	35
3.5	Operasionalisasi <i>Revisit Intention</i>	37
3.6	Pengukuran Skala Likert	38
3.7	<i>Goodness of Fit Indices</i>	45
4.1	Usia Responden dan Jenis Kelamin	47
4.2	Berapa Kali Kunjungan dan Jenis Kelamin	48
4.3	Pekerjaan dan Jenis Kelamin	49
4.4	Hasil Uji Validitas	50
4.5	Hasil Uji Reabilitas	51
4.6	Nilai Analisis Deskriptif Variable <i>Perceived Value</i> (X1)	53
4.7	Nilai Analisis Deskriptif Variable <i>Promotion</i> (X2)	54
4.8	Nilai Analisis Deskriptif Variable <i>Satisfaction</i> (Y)	56
4.9	Nilai Analisis Deskriptif Variable <i>Revisit Intention</i> (Z)	58
4.10	<i>First Order Construct Perceived Value</i> (X1)	60
4.11	<i>First Order Construct Promotion</i> (X2)	61
4.12	<i>First Order Construct Satisfaction</i> (Y)	62
4.13	<i>First Order Construct Revisit Intention</i> (Z)	63
4.14	<i>Full Model's Goodness of Fit Indices</i>	65
4.15	<i>Fit Model's Goodness of Fit Indicase</i>	67
4.16	Indikator <i>Fit Model</i>	67
4.17	Model Persamaan Struktural	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Warga Berdomisili Jakarta	2
1.2	Promo Annual Pass Gratis Setahun	5
2.1	Kerangka Pemikiran	21
3.1	Diagram Konseptual <i>Full Model</i>	46
4.1	Model <i>First Order Construct Perceived Value (X1)</i>	60
4.2	Model <i>First Order Construct Promotion (X2)</i>	61
4.3	Model <i>First Order Construct Satisfaction (Y)</i>	62
4.4	Model <i>First Order Construct Revisit Intention (Z)</i>	63
4.5	<i>Full Model SEM</i>	64
4.6	<i>Fit Model SEM</i>	66
4.7	<i>T-Values SEM</i>	68