



**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *SATISFACTION* SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

(Studi pada Pengunjung Destinasi Wisata Museum Kretek Kudus)

Skripsi

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Meyelesaikan Pendidikan Strata 1

Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Dewi Masithoh

14020216140084

DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dewi Masithoh
NIM : 14020216140084
Tempat/ Tanggal Lahir : Kudus, 29 April 1998
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Revisit Intention melalui Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Museum Kretek Kudus

adalah benar-benar **hasil karya saya sendiri** dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana dipergunakan.

Semarang, 4 Agustus 2020


Pembuat Pernyataan

Dewi Masithoh

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Perceived Quality dan Prceived Value terhadap Revisit Intention melalui Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Destinasi Wisata Museum Kretek Kudus
Nama Penyusun : Dewi Masithoh
Departemen : Administrasi Bisnis

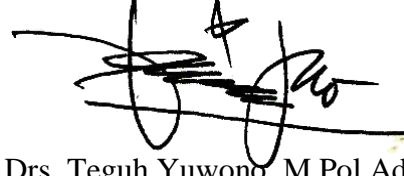
Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP.
NIP. 196408271990011001

Semarang, 4 Agustus 2020

Wakil Dekan I



Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing :

1. Dr. Widiartanto, S. Sos., M.AB



(.....)

Dosen Penguji :

1. Drs. Agus Hermani DS., MM


(.....)

2. Hari Susanta Nugraha, S.Sos, M.Si


(.....)

3. Dr. Widiartanto, S. Sos., M.AB


(.....)

MOTTO

"Have confidence in your face from the moment you wake up in the morning." -

Jin of BTS

"In the end they'll all judge me anyway, so whatever." - Suga of BTS

**"I have come to love myself for who I am, for who I was, and for who I hope to
become" – RM of BTS**

"If you don't work hard, there won't be a good result." - J-Hope of BTS

"Go on your own path even if you live for a day." - Jimin of BTS

"Forget what hurt you, but never forget what it taught you." - V of BTS

**"Effort makes you. You will regret someday if you don't do your best now. Don't
think it's too late to keep working on it" - Jungkook of BTS**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Strata 1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang berjudul **“Pengaruh Perceived Quality Dan Perceived Value Terhadap Revisit Intention Melalui Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Destinasi Wisata Museum Kretek Kudus)”**

Penulisan skripsi melibatkan banyak pihak yang telah membantu dengan doa, dukungan yang tulus dan ikhlas, baik secara langsung maupun tidak langsung.

PERSEMBAHAN

Atas berkat dan rahmat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai, ayah dan ibu yang senantiasa mendoakan dan memberikan motivasi berupa semangat dan dukungan moral dan juga materi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Pak Widi selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar dalam membimbing penulis dalam proses penulisan skripsi.
3. Sahabat sahabat bagaikan kepompong saya: Dea, Monika dan Rindang
4. Sahabat saya dalam berbagi sedih dan duka Liana Ayuningtyas
5. Sahabat sahabat Administrasi Bisnis yang sudah bagaikan saudara saya, Maharani, Savira, Dias, Sania, Veren, Dini, Ody dan Syifa
6. Teman teman KKN Desa Bumirejo, terimakasih atas doa dan dukungannya
7. Teman teman seperbimbingan saya, terimakasih doa dan dukungan kalian. Tetap semangat dan pantang menyerah.
8. Teman teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya, terimakasih doa dan dukungannya.
9. Terimakasih kepada semua idol Kpop yang menjadi penyemangat saya selama ini.

Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Revisit Intention melalui Satisfaction pada Destinasi Wisata Museum Kretek Kudus

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara *perceived quality* dan *perceived value* terhadap *revisit intention* melalui *satisfaction*. Populasinya adalah seluruh pengunjung Museum Kretek Kudus, sedangkan sampelnya adalah 100 orang pengunjung Museum Kretek Kudus dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive* dan *accidental sampling*.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *software SPSS 20.0 for Windows*, dimana dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi sederhana dan berganda, uji signifikansi (uji t dan uji F), kemudian uji sobel

Hasil uji Sobel menunjukkan bahwa *satisfaction* mampu memediasi penuh antara *perceived quality* dan *perceived value* terhadap *revisit intention*. Berdasarkan hasil analisis uji Koefisien korelasi variabel *perceived quality* dan *perceived value* terhadap *satisfaction* memiliki hubungan yang kuat.

Berdasarkan hasil tersebut maka disarankan agar Museum Kretek Kudus dapat meningkatkan kemampuan dalam meningkatkan kinerja staffnya, meningkatkan kualitas fasilitas yang ada sehingga persepsi pengunjung mengenai *perceived quality* baik, selain itu perlu memfokuskan terhadap kepuasan pengunjung dengan memberikan pelayanan yang tinggi sehingga akan menimbulkan *satisfaction* pada pengunjung dan berminat untuk mengunjungi Museum Kretek Kudus.

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

**The Influence between Perceived Quality and Perceived Value against
Revisit Intention through Satisfaction in The Tourist Destination of
Kretek Kudus Museum**

ABSTRACT

This study aims to discover the influence between perceived quality and perceived value against the revisit intention through satisfaction. The population is all visitors in the Kretek Kudus Museum, and the sampling collection technique uses the purposive and accidental sampling.

The type of study is explanatory research. The data analysis in this study use software SPSS 20.0 for Windows, which is conducted validity test, reliability test, coefficient-correlation test, coefficient-determination test, simple and multiple regression tests, significance test (t-test and F-test), then Sobel test.

The Sobel test result stated that the satisfaction fully mediates between perceived quality and perceived value against revisit intention. According to the coefficient-correlation test's analysis result, the variable of perceived quality and perceived value against the satisfaction has a strong relationship.

Based on the result, the writer suggests for Kretek Kudus Museum to improve staff performance and facilities' quality to get good visitor perception related to perceived quality. Besides that, it necessary to focus on visitor satisfaction by giving high service to get visitor satisfaction and interest in visiting Kretek Kudus Museum.

Keywords: Perceived Quality, Perceived Value, Satisfaction, Revisit Intention

DAFTAR ISI

BAB I	1
Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	14
1.5 Kerangka Teori	15
1.5.1 Pariwisata	15
1.5.2 Perilaku Konsumen	16
1.5.3 Revisit Intention	18
1.5.4 Perceived Quality	21
1.5.5 Perceived Value	25
1.5.6 Satisfaction	27
1.5.7 Hubungan Antar Variabel	32
1.5.8 Penelitian Terdahulu	38
1.6 Hipotesis	40
1.7 Definisi Konsep	41
1.8 Definisi Operasional	42
1.9 Metode Penelitian	48
1.9.1 Tipe Penelitian	48
1.9.2 Populasi dan Sampel	49
1.9.2.1 Populasi	49
1.9.2.2 Sampel	50
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel	51
1.9.4 Jenis dan Sumber Data	52
1.9.4.1 Jenis Data	52
1.9.4.2 Sumber Data	52
1.9.5 Teknik Pengumpulan Data	53
1.9.6 Skala Pengukuran	54
1.9.7 Teknik Analisis Data	54
1.9.7.1 Uji Validitas	55
1.9.7.2 Uji Reliabilitas	55
1.9.7.3 Koefisien Korelasi	56
1.9.7.4 Koefisien Determinan	56

1.9.7.5 Uji Regresi Berganda	57
1.9.7.6 Uji Signifikansi	57
1.9.7.7 Uji Sobel	59
BAB II	55
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN dan KARAKTERISTIK RESPONDEN ..	55
2.1 Museum kretek Kudus	55
2.1.1 Sejarah Museum Kretek Kudus	55
2.1.2 Visi dan Misi.....	59
2.1.3 Tujuan Museum Kretek Kudus	62
2.1.4 Struktur Organisasi Museum Kretek.....	62
2.1.5 Koleksi Musuem Kretek	64
2.2 Identitas Responden	67
2.2.1 Responden Berdasarkan Usia	67
2.2.2 Responden Menurut Jenis kelamin	68
2.2.3 Responden menurut Tingkat Pendidikan Terakhir	69
2.2.4 Jumlah Kunjungan Responden	70
BAB III	69
PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP	
REVISIT INTENTION MELALUI SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL	
INTERVENING	69
3.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	69
3.1.1 Uji Validitas	70
3.1.2 Uji Reliabilitas	76
3.2 Analisis Deskripsi Variabel	78
3.2.1 Persepsi Responden Terhadap Perceived Quality	78
3.2.2 Persepsi Responden Mengenai Variabel Perceived Value	91
3.2.3	
Satisfaction	Responden
.....	103
3.2.4 Revisit Intention Responden	113
3.3 Uji Hipotesis	123
3.3.1 Analisis Pengaruh Perceived Quality Terhadap Satisfaction	123
3.3.2 Analisis Pengaruh perceived value terhadap Satisfacton	129
3.3.3 Analisis Pengaruh Satisfaction terhadap Revisit Intention	134
3.3.4.1 Analisis Pengaruh Perceived Quality terhadap Revisit Intention	
.....	140
3.3.5 Analisis Pengaruh Perceived Value terhadap Revisit Intention	146

3.3.6 Analisis Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Satisfaction	152
3.3.7 Analisis Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Revisit Intention melalui Satisfaction	156
3.4 Pembahasan	172
BAB IV	169
PENUTUP	169
4.1 Kesimpulan	169
4.2 Saran	175
DAFTAR PUSTAKA	179
LAMPIRAN	182

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Data Pengunjung Museum Kretek Kudus	5
Tabel 1 2 Data Destinasi Wisata di Kab. Kudus	6
Tabel 1 3 Produk Wisata dan Pelayanan Museum Kretek Kudus	7
Tabel 1 4 Tabel Penelitian Terdahulu	38
Tabel 1 5 Tabel Matriks Penelitian	45
Tabel 1.6 Skala Likert	54
Tabel 1.7 Tabel Interpretasi Korelasi	56
Tabel 2. 1 Usia Responden	68
Tabel 2. 2 Responden Menurut Jenis Kelamin	69
Tabel 2. 3 Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir	69
Tabel 2. 4 Responden Menurut Intensitas Kunjungan	70
Tabel 3. 1 Uji Validitas Perceived Quality (X1)	71
Tabel 3. 2 Uji Validitas Perceived Value (X2).....	72
Tabel 3. 3 Uji Validitas Satisfaction (Z)	74
Tabel 3. 4 Uji Validitas Revisit Intention (Y)	75
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	77
Tabel 3. 6 Persepsi Responden Mengenai Kinerja Staff Museum Kretek Kudus ...	79
Tabel 3. 7 Persepsi Responden Mengenai Pelayanan Staff Museum Kretek sesuai kebutuhan pengunjung	80
Tabel 3. 8 Persepsi Responden Mengenai pelayanan staff Museum Kretek yang cepat tanggap	81
Tabel 3. 9 Persepsi Responden Mengenai kelayakan barang pajangan Museum	82
Tabel 3. 10 Persepsi Responden Mengenai keunikan koleksi Museum Kretek	83
Tabel 3. 11 Persepsi Responden mengenai koleksi Museum tidak memiliki kecacatan	84
Tabel 3. 12 Persepsi Responden mengenai citra Museum Kretek Kudus	85
Tabel 3. 13 Rekapitulasi Penilaian Responden Tentang Variabel Perceived Quality	87
Tabel 3. 14 Kategorisasi Variabel Perceived Quality	90
Tabel 3. 15 Distribusi Kategorisasi Variabel Perceived Quality	90
Tabel 3. 16 Persepsi Responden mengenai pengunjung menikmati pelayanan Museum Kretek	92
Tabel 3. 17 Persepsi Responden mengenai perasaan senang telah mengunjungi Museum Kretek	93

Tabel 3.18 Persepsi Responden mengenai pelayanan museum kretek dapat diandalkan	94
Tabel 3. 19 Persepsi Responden mengenai harga tiket Museum Kretek Kudus dapat diterima	95
Tabel 3.20 Persepsi Responden mengenai harga tiket museum sesuai dengan pelayanan	96
Tabel 3.21 Persepsi Responden mengenai harga tiket museum terjangkau	97
Tabel 3.22 Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai Variabel Perceived Value	98
Tabel 3. 23 Kategorisasi Variabel Perceived Value	101
Tabel 3.24 Distribusi Kategorisasi Variabel Perceived Value	102
Tabel 3.25 Persepsi Responden mengenai perasaan senang pengunjung	103
Tabel 3.26 Responden mengenai kualitas Museum Kretek Kudus lebih baik dari destinasi wisata lain	105
Tabel 3.27 Persepsi Responden mengenai Kinerja staff Museum Kretek sesuai harapan	106
Tabel 3. 28 Persepsi Responden mengenai fasilitas Museum Kretek sesuai harapan pengunjung	107
Tabel 3. 29 Persepsi Responden mengenai keluhan yang dibuat oleh pengunjung	108
Tabel 3.30 Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai Variabel Satisfaction	109
Tabel 3. 31 Kategorisasi Variabel Satisfaction	112
Tabel 3. 32 Distribusi Kategorisasi Satisfaction	112
Tabel 3. 33 Persepsi Responden mengenai pengunjung mencari informasi mengenai Museum Kretek	114
Tabel 3.34 Persepsi Responden mengenai rasa keingintahuan pengunjung pada Museum Kretek	115
Tabel 3.35 Persepsi Responden mengenai ketertarikan pengunjung pada Museum Kretek	116
Tabel 3.36 Persepsi Responden mengenai pertimbangan pengunjung untuk mengunjungi Museum Kretek daripada destinasi lain	117
Tabel 3.37 Persepsi responden mengenai minat pengunjung untuk mengunjungi Museum Kretek	118
Tabel 3. 38 Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai Variabel Revisit Intention	119
Tabel 3. 39 Kategorisasi Variabel Revisit Intention	122
Tabel 3. 40 Distribusi Kategorisasi Revisit Intention	122

Tabel 3. 41 Koefisien Korelasi Perceived Quality Terhadap Satisfaction	124
Tabel 3. 42 Hasil Uji Koefisien Determinasi Perceived Quality terhadap Satisfaction	125
Tabel 3. 43 Uji Regresi Linear Sederhana Perceived Quality terhadap Satisfaction	125
Tabel 3. 44 Hasil Uji Korelasi Perceived Value terhadap Satisfaction	129
Tabel 3. 45 Hasil Uji Koefisien Determinasi Perceived Value terhadap Satisfaction	130
Tabel 3. 46 Uji Regresi Linear Sederhana Perceived Value terhadap Satisfaction	131
Tabel 3. 47 Hasil Uji Korelasi Satisfacton terhadap Revisit Intention	135
Tabel 3. 48 Hasil Uji Koefisien Determinasi Satisfaction terhadap Revisit Intention	136
Tabel 3. 49 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Satisfaction terhadap Revisit Intention	137
Tabel 3. 50 Hasil Koefisien Korelasi Perceived Quality terahadap Revisit Intention	141
Tabel 3. 51 Hasil Uji Koefisien Determinasi Perceived Quality terhadap Revisit Intention	142
Tabel 3. 52 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Perceived Quality terhadap Revisit Intention	143
Tabel 3. 53 Hasil Uji Koefisien Korelasi Perceived Value terhadap Revisit Intention	147
Tabel 3. 54 Hasil Uji Koefisien Determinasi Perceieved Value terhadap Revisit Intention	148
Tabel 3. 55 Hail Uji Regresi Linear Sederhana Perceived Value terhadap Revisit Intention	149
Tabel 3. 56 Uji Korelasi Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Satisfaction	152
Tabel 3. 57 Hasil Determinasi Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Satisfaction	153
Tabel 3. 58 Hasil Uji Linear Berganda Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Satisfaction	154
Tabel 3. 59 Hasil Regresi Linear Sederhana Perceived Quality Dengan Satisfaction	157
Tabel 3. 60 Hasil Regresi Linear Sederhana Satisfaction dengan Revisit Intention	158

Tabel 3. 61 Hasil Regresi Linear Sederhana Perceived Quality dengan Revisit Intention	159
Tabel 3. 62 Hasil Regresi Linear Sederhana Perceived Quality dan Satisfaction dengan Revisit Intention	160
Tabel 3. 63 Hasil Regresi dan Koefisien (Perceived Quality, Satisfaction dan Revisit Intention)	161
Tabel 3. 64 Hasil Regresi Linear Sederhana Perceived Value dengan Satisfaction	162
Tabel 3. 65 Hasil Regresi Linear Sederhana Satisfaction dengan Revisit Intention	163
Tabel 3. 66 Hasil Regresi Linear Sederhana Perceived Value dengan Revisit Intention	164
Tabel 3. 67 Hasil Regresi Linear Sederhana Perceived Value dan Satisfaction terhadap Revisit Intention	165
Tabel 3. 68 Hasil Regresi Perceived Quality dengan Satisfaction dan Satisfaction dengan Revisit Intention	166
Tabel 3. 69 Hasil Uji Sobel Perceived Quality terhadap Revisit Intention melalui Satisfaction	167
Tabel 3. 70 Hasil Regresi Perceived Value dengan Satisfaction dan Satisfaction dengan Revisit Intention	169
Tabel 3. 71 Hasil Uji Sobel Perceived Value terhadap Revisit Intention melalui Satisfaction	170
Tabel 3. 72 Hasil regresi dan Koefisien (Perceived Value, satisfaction dan Revisit Intention)	171

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Ulasan Pengunjung Mengenai Kualitas Museum Kretek Kudus	9
Gambar 1 2 Ulasan Pengunjung Museum Kretek mengenai Pelayanan Museum Kretek	9
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Museum Kretek Kudus	63
Gambar 3. 1 Uji t Perceived Quality terhadap Satisfaction	128
Gambar 3. 2 Uji t Perceived Value terhadap Satisfaction	134
Gambar 3. 3 Uji t satisfaction terhadap Revisit Intention	140
Gambar 3. 4 Uji t Perceived Quality terhadap Revisit Intention	146
Gambar 3. 5 Uji t Perceived Value terhadap Revisit Intention	151
Gambar 3. 6 Kurva Uji F Perceived Quality (X1) dan Perceived Value (X2) terhadap Satisfaction (Z)	155
Gambar 3. 7 Metode Uji Mediasi 1	156
Gambar 3. 8 Metode Uji Mediasi 2	157
Gambar 3. 9 Kerangka Uji Sobel	166
Gambar 3. 10 Kerangka Uji Sobel	169