

**PENGARUH MEDIASI PLACE ATTACHMENT PADA EXPERIENCE DAN
WOM TERHADAP REVISIT INTENTION WISATAWAN
(STUDI PADA DESTINASI WISATA FINNS BEACH CLUB BALI)**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Putu Nanda Mahatma Artha

NPM: 15 03 22113

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2020

Skripsi

**PENGARUH MEDIASI PLACE ATTACHMENT PADA EXPERIENCE DAN WOM
TERHADAP REVISIT INTENTION WISATAWAN**

(STUDI PADA DESTINASI WISATA FINNS BEACH CLUB BALI)

Disusun oleh:

Putu Nanda Mahatma Artha

NPM.: 15 03 22113

Yang telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

16 Januari 2020

Skripsi

**PENGARUH MEDIASI PLACE ATTACHMENT PADA EXPERIENCE DAN WOM
TERHADAP REVISIT INTENTION WISATAWAN
(STUDI PADA DESTINASI WISATA FINNS BEACH CLUB BALI)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Putu Nanda Mahatma Artha
NPM: 15 03 22113**

**telah dipertahankan di depan panitia penguji
pada tanggal 7 Februari 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk mencapai Derajat Sarjana (S1) Program Studi Manajemen**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Anggota Panitia Penguji



Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc, IB., Ph,D,



Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si

**Yogyakarta, 7 Februari 2020
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi
dengan judul

**PENGARUH MEDIASI PLACE ATTACHMENT PADA EXPERIENCE DAN
WOM TERHADAP REVISIT INTENTION WISATAWAN
(STUDI PADA DESTINASI WISATA FINNS BEACH CLUB BALI)**

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan satu ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta 17 Januari 2020

Yang menyatakan



Putu Nanda Mahatma Artha

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S1) pada program studi manajemen universitas atma jaya Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah “Pengaruh Mediasi Place Attachment pada Experience dan WOM terhadap Revisit Intention wisatawan” (Studi pada Destinasi Wisata Finns Beach Club Bali).

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Terutama dari orang tua penulis yang selalu mendukung dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hato menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas semua berkat dan rahmatnya yang telah diberikan kepada penulis sampai sekarang ini.
2. Ibu Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si. sebagai dosen pembimbing dalam penyelesaian skripsi ini yang telah memberikan bantuan, petunjuk, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen yang telah mengajar dan membagikan ilmunya kepada saya mulai dari semester satu hingga kini penulis dapat menyelesaikan Pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

4. Untuk Bapak dan Ibu, gelar S.M ini juga didapat dari dukungannya untuk saya menyelesaikan kegiatan perkuliahan dan skripsi dengan cepat dan dengan baik.
5. Keluarga besar di Bali, yang selalu memberi dukungan moral maupun financial untuk saya agar menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
6. Terimakasih untuk Sahabat saya Vino, Alfin, Ditta, Memel (Melskiway), Lea (Queen Wakanda), dan Vivik yang sedari awal semester hingga akhir semester perkuliahan selalu menambahkan tinta hitam pada cerita kehidupan saya di kota Yogyakarta ini.
7. Antonius Gonzalva, kerabat satu kontrakan yang membantu dari pengisian logistik saya
8. Untuk kawan-kawan KMHD Mahatma, terimakasih karena telah memberi banyak tinta pada cerita kehidupan saya di kota Jogja ini, serta memberi saya kesempatan untuk berdinamika dalam kepengurusan
9. Terimakasih untuk Eme, Hendy, Tama, Okta, Tita yang membantu dalam menyelesaikan bab IV saya
10. Seluruh responden yang telah membantu penulis dalam merespon kuesioner yang telah dibagikan.
11. KKN 75 Kelompok 34, terimakasih telah memberi warna dalam dinamika KKN.
12. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis memberi masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan tenaga serta pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Maka dalam hal ini juga penulis menerima secara terbuka masukan kritik dan saran yang berguna untuk membangun penulisan skripsi ini.



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Sistematika Penulisan.....	12

BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. <i>Place Attachment</i>	14
2.1.2. <i>Experience</i>	16
2.1.3. <i>Word of Mouth</i>	18
2.1.4. <i>Revisit Intention</i>	19
2.2. Penelitian terdahulu	22
2.3. Pengembangan hipotesis	26
2.3.1. <i>Cognitive</i>	26
2.3.2. <i>Affective</i>	27
2.3.3. <i>Dependence dan Identity dengan WOM</i>	27
2.3.4. <i>Cognitive dan Affective dengan WOM</i>	28
2.3.5. <i>WOM dengan Revisit Intention</i>	29
2.4. Model penelitian	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lingkup Penelitian	30
3.2. Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan data	31
3.3. Teknik pengumpulan data	33
3.4. Pengukuran variabel	34
3.5. Uji instrument penelitian	37

3.6. Metode analisis data.....	41
3.6.1. SEM-PLS.....	41
3.6.2. Analisis Independent Sample T-Test	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis statistik deskriptif responden	45
4.2. Partial Least Square.....	49
4.2.1. Langkah Pertama: Merancang Model Struktural	49
4.2.2. Langkah Kedua: Merancang Model Pengukuran	50
4.2.3. Langkah Ketiga: Membuat Path Diagram.....	53
4.2.4. Langkah Keempat: Estimasi.....	54
4.2.5. Langkah Kelima: Goodness of Fit	54
4.2.6. Langkah keenam: Pengujian Hipotesis	62
4.3. <i>Independent Sample T-test Analysis</i>	70
4.4. Pembahasan Penelitian	72
4.4.1. Hubungan <i>Cognitive</i> dan <i>Dependence</i>	72
4.4.2. Hubungan <i>Cognitive</i> dan <i>Identity</i>	73
4.4.3. Hubungan <i>Affective</i> dan <i>Dependence</i>	73
4.4.4. Hubungan <i>Affective</i> dan <i>Idenity</i>	74
4.4.5. Hubungan <i>Dependence</i> dan <i>Word of Mouth</i>	75
4.4.6. Hubungan <i>Identity</i> dan <i>Word of Mouth</i>	75

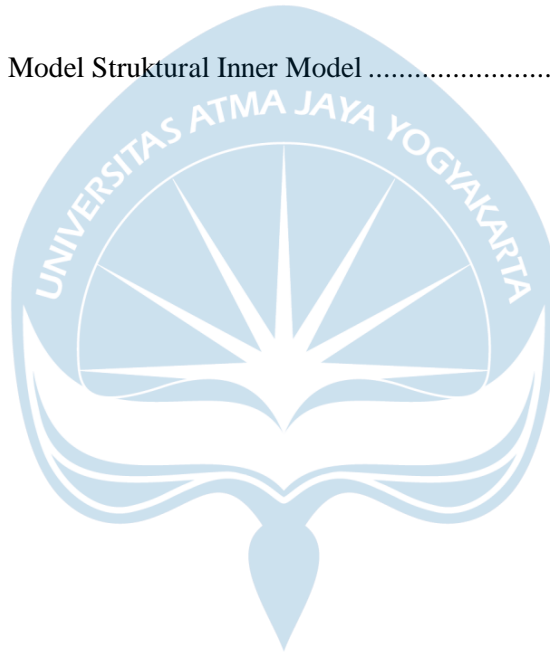
4.4.7. Hubungan <i>Cognitive</i> dan <i>Word of Mouth</i>	76
4.4.8. Hubungan <i>Affective</i> dan <i>Word of Mouth</i>	77
4.4.9. Hubungan <i>Word of Mouth</i> dan <i>Revisit Intention</i>	78

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	79
5.2. Penelitian Selanjutnya	80
5.3. Implikasi manajerial	80
5.4. Keterbatasan penelitian dan saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Destinasi Finns Beach Club Bali.....	7
Gambar 2.1.	Model Penelitian	29
Gambar 4.1.	Model Struktural	53
Gambar 4.2.	Model Struktural Inner Model	61



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah wisatawan yang datang ke Bali menurut Pintu Masuk tahun 2017 – 2018	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional	35
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Kuesioner	38
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	40
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, asal, uang saku rata-rata perbulan, pekerjaan, informasi tentang objek, dan frekuensi berkunjung.....	45
Tabel 4.2	Konstruksi Indikator	50
Tabel 4.3	<i>Outer Loading</i>	55
Tabel 4.4	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	56
Tabel 4.5	<i>Cross Loading</i>	57
Tabel 4.6	<i>Fornell-Lacker Criterium</i>	59
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas PLS	60
Tabel 4.8	Hasil <i>R-square</i>	62
Tabel 4.9	<i>Path Coefficient</i>	63

Tabel 4.10	Efek Spesifik Tidak Langsung.....	68
Tabel 4.11	Uji Beda Karakteristik <i>Gender</i>	71



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	JURNAL UTAMA
LAMPIRAN 2	PERTANYAAN KUESIONER
LAMPIRAN 3	DATA RESPONDEN
LAMPIRAN 4	HASIL KUISIONER
LAMPIRAN 5	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
LAMPIRAN 6	HASIL ANALISIS SMART-PLS 3.0
LAMPIRAN 7	HASIL UJI BEDA KARAKTERISTIK <i>GENDER</i>



**PENGARUH MEDIASI PLACE ATTACHMENT PADA EXPERIENCE DAN
WOM TERHADAP REVISIT INTENTION WISATAWAN
(STUDI PADA DESTINASI WISATA FINNS BEACH CLUB BALI)**

Disusun oleh:

Putu Nanda Mahatma Artha

NPM: 15 03 22113

Pembimbing:

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh mediasi *place attachment* pada *experience* dan *wom* terhadap *revisit intention* wisatawan, studi dilakukan pada destinasi wisata *Finns Beach Club* Bali. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara online. Data yang diperoleh dari kuisisioner yang sebar secara online sebanyak 150 responden dengan teknik *convenience sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan SEM-PLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki pengaruh positif terhadap variabel lainnya. *affective* memiliki pengaruh positif terhadap *dependence*, *identity*, dan *word of mouth* yang artinya semakin tinggi tingkat *affective* seseorang terhadap *Finns*, maka akan meningkatkan *dependence*, *identity*. *Cognitive* memiliki pengaruh positif pada *dependence*, *identity* dan *wom*. *Dependence* dan *identity* memiliki pengaruh positif terhadap *wom*. Dan *Word of Mouth* juga memiliki pengaruh positif pada *Revisit Intention*. Semakin positif hubungan antar variabel akan berdampak langsung pada *word of mouth* yang kemudian maka akan meningkatkan *revisit intention* para wisatawan terhadap *Finns Beach Club* ini. Dilihat dari hasilnya maka keenam variabel tersebut dapat mempengaruhi *revisit intention* untuk menarik wisatawan berkunjung kembali ke *Finns Beach Club*.

Kata Kunci: *place attachment*, *experience*, *word of mouth*, *revisit intention*.