

**PENGARUH PENGALAMAN BERKUNJUNG, NILAI SOSIAL, NILAI
EKONOMI DAN NILAI EMOSIONAL TERHADAP NIAT BERKUNJUNG
KEMBALI
STUDI PADA MUSCLE GYM YOGYAKARTA**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1) Pada
Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

HALAMAN JUDUL



**Disusun oleh:
Antonio Michael
NPM: 190324780**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PENGALAMAN BERKUNJUNG, NILAI SOSIAL, NILAI
EKONOMI DAN NILAI EMOSIONAL TERHADAP NIAT BERKUNJUNG
KEMBALI
STUDI PADA MUSCLE GYM YOGYAKARTA



Disusun oleh:
Antonio Michael
NPM: 190324780

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Nadia Nila Sari, SE., MBA

14 Juni 2023

SKRIPSI
PENGARUH PENGALAMAN BERKUNJUNG, NILAI SOSIAL, NILAI EKONOMI
DAN NILAI EMOSIONAL TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI
STUDI PADA MUSCLE GYM YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Antonio Michael Setiadi

NPM : 190324780

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji


pada tanggal 12 Juli 2023

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)


Program Studi Manajemen

Susunan Panitia Penguji

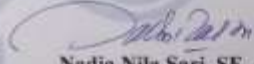
Ketua Panitia Penguji


M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Anggota Panitia Penguji


Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 15 Juli 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.


PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PENGALAMAN BERKUNJUNG, NILAI SOSIAL, NILAI EKONOMI DAN NILAI EMOSIONAL TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI
STUDI PADA MUSCLE GYM YOGYAKARTA**

Benar-benar hasil karya sendiri. Skripsi ini berdasarkan penelitian, pemikiran dan pemikiran asli saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika terdapat hasil karya orang lain yang saya kutip dalam penelitian ini maka saya akan mencantumkan sumbernya secara jelas. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 14 Juni 2023



Antonio Michael

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan rahmat dan penyertaan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi dengan judul "Pengaruh Pengalaman Berkunjung, nilai sosial, nilai ekonomi dan nilai emosional terhadap Niat Berkunjung Kembali" disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah diselesaikan oleh peneliti dengan sebaik-baiknya.

Dengan selesainya penyusunan Skripsi ini, peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikannya. Oleh sebab itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah menyertai dari awal hingga akhir dan memberikan hikmat dan kekuatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Mamah atas doa dan dukungannya yang telah diberikan selama proses menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA. selaku pembimbing skripsi yang telah dengan sabar membimbing, memotivasi, dan memberikan masukan yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan saya yang membantu saya dari awal skripsi hingga akhir Kezia dan Julia yang juga bersedia mendengar keluh kesah saya dan menghibur serta memberikan motivasi kepada peneliti dalam mengerjakan skripsi.
5. Teman-teman dari awal kuliah sampai sekarang (Bono, Rico, Hino, Ivan dan Alvin) yang telah membantu dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner secara sungguh-sungguh.



Yogyakarta, 14 Juni 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'ANTONIO MICHAEL', is written on a white rectangular background.

Antonio Michael

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pengalaman Berkunjung/ <i>Visiting Experience</i>	11
2.1.2 Nilai Sosial/ <i>Social Value</i>	12
2.1.3 Nilai Ekonomi/ <i>Economic Value</i>	12
2.1.4 Nilai Emosional/ <i>Emotional Value</i>	14
2.1.5 Niat Berkunjung Kembali/ <i>Revisit Intention</i>	14
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Pengembangan Hipotesis	21
2.3.1 Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap Nilai Sosial.....	21
2.3.2 Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap Nilai Ekonomi	21

2.3.3	Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap Nilai Emosional	22
2.3.4	Pengaruh Nilai Sosial terhadap Niat Berkunjung Kembali...	22
2.3.5	Pengaruh Nilai Ekonomi terhadap Niat Berkunjung Kembali	23
2.3.6	Pengaruh Nilai Emosional terhadap Niat Berkunjung Kembali	24
2.3.7	Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap Niat Berkunjung Kembali	24
2.3.8	Nilai Sosial Memediasi Pengaruh Antara Pengalaman Berkunjung terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	25
2.3.9	Nilai Ekonomi Memediasi Pengaruh Antara Pengalaman Berkunjung terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	26
2.3.10	Nilai Emosional Memediasi Pengaruh Antara Pengalaman Berkunjung terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	26
2.4	Kerangka Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian.....	28
3.3	Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1	Metode Sampling.....	29
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5	Definisi Operasional.....	32
3.6	Pengukuran Data.....	33
3.7	Metode Analisis Data.....	33
3.7.1	Statistik Deskriptif.....	34
3.7.2	Pengujian Instrumen.....	34
3.7.2.1	Uji Validitas.....	34
3.7.2.2	Uji Reliabilitas.....	36

3.7.3	Metode Analisa Data.....	36
3.7.3.1	<i>Struktural Equation Model- Partial Least Square</i> ..	37
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Hasil Filter Kuisisioner.....	42
4.2	Analisis Deskriptif Profil Responden.....	43
4.2.1	Demografi Responden.....	43
4.2.2	Analisis Deskriptif.....	44
4.3	Analisis Data <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	46
4.3.1	<i>Measurement Models (Outer Models)</i>	47
4.3.1.1	Uji Validitas Konvergen	47
4.3.1.2	Uji Validitas Deskriminan.....	49
4.3.1.3	Uji Reliabilitas	50
4.3.2	<i>Structural Models (Inner Models)</i>	52
4.4	Pembahasan.....	58
4.4.1	Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap Nilai Sosial.....	58
4.4.2	Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap Nilai Ekonomi	59
4.4.3	Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap Nilai Emosional	60
4.4.4	Pengaruh Nilai Sosial terhadap Niat Berkunjung Kembali...	61
4.4.5	Pengaruh Nilai Ekonomi terhadap Niat Berkunjung Kembali	61
4.4.6	Pengaruh Nilai Emosional terhadap Niat Berkunjung Kembali	62
4.4.7	Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap Niat Berkunjung Kembali	63
4.4.8	Nilai Sosial Memediasi Pengaruh Antara Pengalaman Berkunjung terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	64
4.4.9	Nilai Ekonomi Memediasi Pengaruh Antara Pengalaman Berkunjung terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	64

4.4.10 Nilai Emosional Memediasi Pengaruh Antara Pengalaman Berkunjung terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	65
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Implikasi Manajerial	68
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	69
5.4 Saran Penelitian Kedepan	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	77

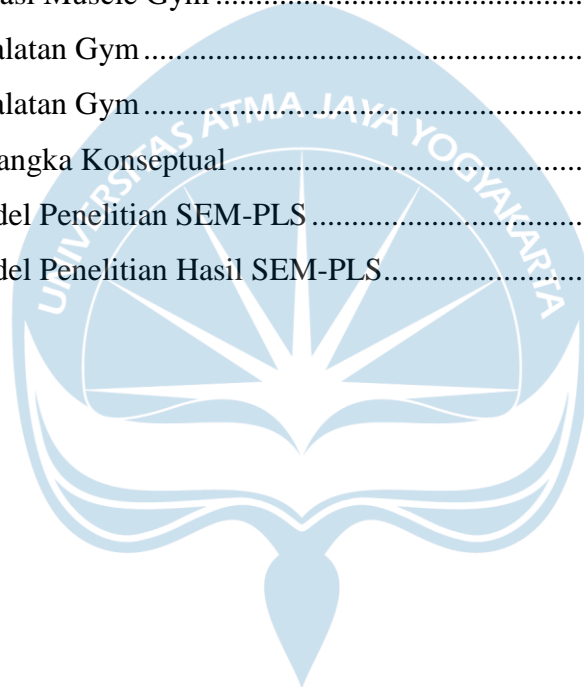


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	32
Tabel 3.2	Skala Likert	33
Tabel 3.3	Pembagian Interval Kelas.....	34
Tabel 4.1	Orang yang pernah mengunjungi <i>Muscle Gym</i> Yogyakarta	42
Tabel 4.2	Orang yang pernah menjadi member <i>Muscle Gym</i> Yogyakarta	42
Tabel 4.3	Demografi Responden.....	43
Tabel 4.4	Hasil mean, min, max dan standar deviation	44
Tabel 4.5	<i>Outer Loadings</i>	47
Tabel 4.6	<i>Cross Loadings</i>	48
Tabel 4.7	Validitas Diskriminan	50
Tabel 4.8	Statistik Reliabilitas.....	50
Tabel 4.9	Nilai R Square dan Q Square	52
Tabel 4.10	<i>Path Coefficient</i> untuk <i>Direct Effect</i>	54
Tabel 4.11	<i>Indirect Effects</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Penjualan Alat Kebugaran Secara Internasional	3
Gambar 1.2 Harga <i>Muscle Gym</i>	5
Gambar 1.3 Harga <i>Optimum Fitness</i>	5
Gambar 1.4 Tempat Latihan Muay Thai.....	6
Gambar 1.5 Lokasi <i>Muscle Gym</i>	6
Gambar 1.6 Peralatan Gym.....	6
Gambar 1.7 Peralatan Gym.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1 Model Penelitian SEM-PLS.....	46
Gambar 4.2 Model Penelitian Hasil SEM-PLS.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 (Kuesioner Penelitian)	77
Lampiran 2 (Data mentah)	80
Lampiran 3 (Hasil olah data PLS).....	87
Lampiran 4 (Jurnal penelitian).....	92



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman berkunjung, nilai sosial, nilai ekonomi dan nilai emosional terhadap niat berkunjung kembali. Sampel dari penelitian ini yaitu seseorang dengan yang berusia minimal 17 tahun, pernah berkunjung ke Muscle Gym Yogyakarta minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir dan menjadi member Muscle Gym Yogyakarta minimal 1 tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner melalui *Google Forms*, dan terkumpul sebanyak 128 data kuesioner namun terdapat 2 kuesioner yang tidak memenuhi kriteria yang ditentukan sehingga jumlah data yang digunakan sebanyak 126 kuesioner. Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS versi 3. Hasil analisis data menunjukkan bahwa meningkatnya pengalaman berkunjung dipengaruhi oleh variabel nilai sosial, nilai ekonomi dan nilai emosional. Kemudian meningkatnya nilai ekonomi dan nilai emosional berpengaruh untuk meningkatkan niat berkunjung kembali. Namun dengan meningkatnya nilai sosial dan pengalaman berkunjung tidak berpengaruh dalam meningkatkan niat berkunjung kembali. Selain itu, nilai ekonomi dan nilai emosional yang meningkat juga memiliki pengaruh untuk memediasi antara pengalaman berkunjung terhadap niat berkunjung kembali. Namun dengan meningkatnya nilai sosial tidak memediasi pengaruh antara pengalaman berkunjung terhadap niat berkunjung kembali.

Kata kunci : Pengalaman Berkunjung, Nilai sosial, Nilai Ekonomi, Nilai Emosional, Niat Berkunjung Kembali