

**PERAN *CUSTOMER SATISFACTION* DALAM
MEMEDIASI PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* WISATAWAN
KE AIR TERJUN ALING-ALING**



Oleh:

Yerrica Agnesita Imanuella

NIM 2117041113

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2025

**PERAN *CUSTOMER SATISFACTION* DALAM
MEMEDIASI PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* WISATAWAN
KE AIR TERJUN ALING-ALING**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh:
Yerrica Agnesita Imanuella
NIM 2117041113**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2025

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**



Skripsi oleh Yerrica Agnesita Imanuella ini

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal, 18 Juni 2025

Dewan Penguji



Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M
NIP. 198602112019031005

(Ketua)

Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

(Anggota)

Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 18 Juni 2025

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,


Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001


Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi


Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "**Peran *Customer Satisfaction* dalam Memediasi Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Revisit Intention* Wisatawan ke Air Terjun Aling-Aling**" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.



MOTTO

“Menikmati setiap prosesnya, karena hasil hanyalah bonus”



PRAKARTA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugrah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “**Peran *Customer Satisfaction* dalam Memediasi Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Revisit Intention* Wisatawan ke Air Terjun Aling-Aling**” dapat diselesaikan tepat waktu.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha pada Program Studi Manajemen. terselesaikannya skripsi ini tentu tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan motivasi dan arahan selama proses penyusunan. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak., M.Si., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.M., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc. selaku Pembimbing Akademik penulis.
6. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi yang demikian bermakna, sehingga penulis mampu melewati berbagai hambatan dalam perjalanan studi dan penyelesaian skripsi ini.
7. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. sebagai pembimbing II, yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
8. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar yang telah membantu selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan-rekan seangkatan di Program Studi Manajemen yang dengan karakternya masing-masing telah banyak berkontribusi membentuk kedirian penulis selama menjalani studi dan penyelesaian skripsi ini.

10. Bapak I Nyoman Sukanada Andronikus dan Ibu Ketut Mertiasih selaku orang tua penullis, yang telah banyak membantu secara material dan moral selama penyelesaian skripsi ini.

Semoga semua bantuan yang telah mereka berikan dalam penyelesaian studi ini, mereka diberkati imbalan yang sepadan oleh Tuhan Yang Maha Esa, kesehatan dan keharmonian dalam menjalani kehidupan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 02 Mei 2025

Penulis,



DAFTAR ISI

	(halaman)
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II KAJIAN TEORI.....	 12
2.1 <i>Revisit Intention</i>	12
2.1.1 Pengertian <i>Revisit intention</i>	12
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Revisit Intention</i>	13
2.1.3 Indikator <i>Revisit Intention</i>	14
2.2 <i>Customer Experience</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Customer Experience</i>	15
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Experience</i>	16
2.2.3 Indikator <i>Customer Experience</i>	17
2.3 <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.3.1 Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.3 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.4 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	24
2.5 Hubungan antar Variabel.....	28
2.5.1 Hubungan <i>Customer Experince</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	28
2.5.2 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	29

2.5.3 Hubungan <i>Customer Experince</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .	30
2.5.4 Peran <i>Customer Satisfaction</i> dalam memediasi pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	31
2.6 Kerangka Berpikir	32
2.7 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.2 Rancangan Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	39
3.4.1 Instrumen Variabel Endogen	40
3.4.1.1 Definisi Operasional Endogen	40
3.4.1.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	41
3.4.1.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
3.4.2 Instrumen Variabel Eksogen.....	40
3.4.2.1 Definisi Operasional Eksogen.....	44
3.4.2.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	45
3.4.2.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	46
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Data.....	50
4.1.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	50
4.1.2 Karakteristik Responden	51
4.2 Uji Analisis Data	55
4.2.1 Pengujian Outer Model	55
4.2.2 Pengujian Inner Model	59
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	65
4.2.4 Pengujian variabel mediasi	69
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.3.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> di Air Terjun Aling-Aling.....	70

4.3.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> di Air Terjun Aling-Aling.....	73
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di Air Terjun Aling-Aling	77
4.3.4 Peran <i>Customer Satisfaction</i> sebagai mediasi pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> di Air Terjun Aling-Aling...	80
4.4 Implikasi Penelitian.....	83
4.5 Keterbatasan Penelitian	85
BAB V PENUTUP.....	86
5.1 Rangkuman	86
5.2 Simpulan	88
5.3 Saran.....	88
DAFTAR RUJUKAN	91
LAMPIRAN.....	95



DAFTAR TABEL

	(halaman)
Tabel 1.1 Data Jumlah Kunjungan Wisatawan	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	24
Tabel 3.1 Skala Likert Dan Bobot Skor Jawaban Kuesioner	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Endogen	41
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Endogen.....	41
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Endogen.....	43
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Endogen.....	44
Tabel 3.6 Definisi Operasional Variabel Eksogen.....	45
Tabel 3.7 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Eksogen	45
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Eksogen	47
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Eksogen	48
Tabel 4.1 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	57
Tabel 4.2 Uji <i>Discriminant Validity Fornell Lacker Crietion</i>	57
Tabel 4.3 Uji <i>Discriminant Validity Cross Loading</i>	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.5 <i>R-Square and R-Square Adjusted</i>	60
Tabel 4.6 Nilai <i>Prediction relevance (Q-Square)</i>	61
Tabel 4.7 Nilai <i>Path Coefficients</i>	62
Tabel 4.8 Nilai <i>Indirect Effecct</i>	64
Tabel 4.9 Nilai <i>F-Square</i>	65
Tabel 4.10 <i>Bootstrapping</i>	67
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Mediasi	69

DAFTAR GAMBAR

(halaman)

Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan yang Berkunjung di Kabupaten Buleleng 2018 – 2023.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Umur	51
Gambar 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Gambar 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
Gambar 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Satus Kewarganegaraan	53
Gambar 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Air Terjun Aling-Aling.....	54
Gambar 4.6 Model Uji PLS Algoritma.....	55
Gambar 4.7 Outer Model (SEM-PLS Algoritme).....	56
Gambar 4.8 Model Empiris Penelitian.....	66
Gambar 4.9 <i>Bootstrapping</i>	67



DAFTAR LAMPIRAN

	(halaman)
Lampiran 01. Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 02. Dokumentasi.....	102
Lampiran 03. Data Kuesioner Penelitian Sampel Kecil	103
Lampiran 04. Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	105
Lampiran 04. Hasil Uji Reliabilitas	108
Lampiran 05. Data Kuesioner Penelitian Sampel Besar	109
Lampiran 06. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar	115
Lampiran 07. Hasil Uji Model Struktural	117

