

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAYA TARIK  
WISATA, DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI KE HEHA SKY  
VIEW YOGYAKARTA DENGAN KEPUASAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Nama : Maulidya Chasanah**

**NIM : 43123110076**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2026**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAYA TARIK  
WISATA, DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI KE HEHA SKY  
VIEW YOGYAKARTA DENGAN KEPUASAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Maulidya Chasanah**

**NIM : 43123110076**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2026**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maulidya Chasanah

NIM : 43123110076

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Februari 2026



Maulidya Chasanah

NIM: 43123110076

	<b>BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

### SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

**Nama** : MAULIDYA CHASANAH  
**NIM** : 43123110076  
**Fakultas / Program Studi** : FEB / Manajemen  
**Jenis** : Skripsi  
**Judul Tugas Akhir** : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAYA TARIK WISATA, DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI KE HEHA SKY VIEW YOGYAKARTA DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
**Hasil Pengecekan Turnitin** : 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 April 2026

**Kepala Biro Perpustakaan**



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

**Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.**

2026/April/10/0000000986/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Maulidya Chasanah  
NIM : 43123110076  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Ke HeHa Sky View Yogyakarta Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 08 Januari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Catur Widayati, S.E., M.M  
NIDN/NUPTK: 0314127301

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA  
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D  
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-02266018



Scan QR or [click here](#) to  
Verification

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Ke HeHa Sky View Yogyakarta Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan Skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Catur Widayati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, pengetahuan serta saran yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya laporan Skripsi ini.
5. Bapak atau Ibu Dosen penguji serta para dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan

keikhlasannya telah memberikan segala ilmu dan arahan kepada penulis.

6. Bapak atau Ibu bagian Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang bersedia membantu segala urusan administrasi.
7. Teristimewa, kedua orang tua tercinta, pasangan, dan keluarga yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan moral serta dukungan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Skripsi. Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca umumnya.

Jakarta, 24 Desember 2025



Maulidya Chasanah  
NIM: 43123110076

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS ASKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulidya Chasanah  
NIM : 43123110076  
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Program Studi S1 Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali ke HeHa Sky View Yogyakarta Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 1 Januari 2026



Maulidya Chasanah

## ABSTRAK

Keputusan berkunjung kembali merupakan tahap akhir dalam proses pengambilan keputusan wisatawan, yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, daya tarik wisata, dan promosi media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kepuasan sebagai variabel intervening yang menghubungkan ketiga faktor tersebut dengan keputusan berkunjung kembali di HeHa Sky View Yogyakarta. Sampel penelitian terdiri dari 210 pengunjung yang dipilih menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode Partial Least Squares (PLS) melalui Smart-PLS versi 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan promosi media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan. Kepuasan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung kembali dan memediasi secara parsial hubungan antara daya tarik wisata serta promosi media sosial dengan keputusan berkunjung kembali, namun tidak memediasi pengaruh kualitas pelayanan. Selain itu, kualitas pelayanan dan promosi media sosial secara langsung meningkatkan keputusan berkunjung kembali, sedangkan daya tarik wisata tidak. Temuan ini menekankan pentingnya promosi media sosial dan daya tarik wisata dalam meningkatkan kepuasan pengunjung serta keputusan berkunjung kembali.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Promosi Media Sosial, Kepuasan, Keputusan Berkunjung Kembali.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

*The decision to revisit a tourist destination represents the final stage in the tourist decision-making process, influenced by service quality, tourist attractions, and social media promotion. This study aims to analyze the role of satisfaction as an intervening variable linking these three factors to revisit intentions at HeHa Sky View Yogyakarta. The study sampled 210 visitors using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed quantitatively using the Partial Least Squares (PLS) method with Smart-PLS version 4.0.*

*The results indicate that tourist attraction and social media promotion have a significant positive effect on satisfaction, whereas service quality does not. Satisfaction positively affects the intention to revisit and partially mediates the relationship between tourist attraction and social media promotion with the intention to revisit, but does not mediate the effect of service quality. Moreover, service quality and social media promotion directly increase the intention to revisit, while tourist attraction does not. These findings emphasize the importance of social media promotion and tourist attractions in enhancing visitor satisfaction and their intention to revisit.*

Keywords: *Consumer Behavior, Service Quality, Tourist Attraction, Social Media Promotion, Satisfaction, Revisit Intension.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>0</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA &amp; PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>15</b>
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Perilaku Konsumen .....	15
2. Keputusan Berkunjung Kembali .....	23
3. Kualitas Pelayanan .....	27
4. Daya Tarik Wisata.....	34
5. Promosi Media Sosial.....	38
6. Kepuasan .....	45
7. Penelitian Terdahulu.....	52
B. Pengembangan Hipotesis .....	67

1. Hubungan Antar Variabel.....	67
2. Kerangka Konseptual .....	74
3. Pengembangan Hipotesis.....	74
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>76</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	76
B. Desain Penelitian.....	76
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	77
1. Definisi Variabel .....	77
2. Operasionalisasi Variabel.....	79
A. Skala Pengukuran Variabel .....	88
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	89
1. Populasi Penelitian .....	89
2. Sampel Penelitian .....	90
C. Metode pengumpulan data .....	92
D. Metode analisis data.....	92
1. Analisis data deskriptif.....	92
2. Uji Instrumen.....	93
3. Analisa Structural Equation Model (SEM).....	95
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>104</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	104
B. Analisis Deskriptif.....	105
1. Karakteristik Responden .....	105
2. Deskriptif Jawaban Responden .....	108
C. Hasil Uji Kualitas Data .....	114
1. Evaluasi Measurement (Outer Model) .....	114
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model) .....	123
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	127
1. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan .....	127
2. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali	128
3. Pengaruh Kepuasan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali.....	129
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan.....	130

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali	130
6. Pengaruh Promosi Media Soaial terhadap Kepuasan.....	131
7. Pengaruh Promosi Media terhadap Keputusan Berkunjung Kembali..	131
8. Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan.....	132
9. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan.....	133
10. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan.....	133
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>135</b>
A. Kesimpulan .....	135
B. Saran.....	137
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>139</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>143</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survei .....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	52
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	79
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Ordinal .....	88
Tabel 3. 3 Rule of Thumb Outer Model.....	99
Tabel 3. 4 Rule of Thumb Inner Model .....	102
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	105
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Saat Ini .....	106
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	106
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	107
Tabel 4. 5 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Kualitas Pelayanan	108
Tabel 4. 6 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Daya Tarik Wisata.....	109
Tabel 4. 7 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Promosi Media Sosial.....	111
Tabel 4. 8 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Kepuasan .....	112
Tabel 4. 9 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Keputusan Berkunjung Kembali .....	113
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Convergent Validity .....	114
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Convergent Validity (modifikasi).....	116
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loadings).....	119
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian AVE .....	121
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)	122
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha .....	123
Tabel 4. 16 Nilai R2 Variabel Endogen .....	124
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis .....	125

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Infografis 10 Kota Pilihan Untuk Berwisata.....	2
Gambar 1. 2 Logo HeHa Sky View .....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	74
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS .....	116
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (modifikasi) .....	118
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping.....	127



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	143
Lampiran 1 Kuisisioner .....	143
Lampiran 2 Hasil Output Kuesioner Tabulasi Data Kuisisioner .....	147
Lampiran 3 Hasil Output PLS.....	175



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA