

**PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, PROMOSI
DAN SERVICE QUALITY TERHADAP REVISIT INTENTION
DI MUSEUM BAHARI**

(Studi pada Museum Bahari Kota Tua Jakarta)

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

Jakarta



Nama : Novi Adrion Yustiana

NIM : 43115120109

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novi Arion Yustiana

NIM : 43115120109

Program studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Mei 2020



Novi Adrion Yustiana

43115120109

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Novi Arion Yustiana
NIM : 43115120109
Program studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Customer Experience, Promosi dan Service Quality

Terhadap Revisite Intention Di Museum Bahari Kota Tua

Jakarta

Tanggal Lulus Ujian : 20 Mei 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing


Dr. Catur Widayati, SE, MM
MM


Ketua Pengaji
Lisnawati S., SE.. MM

Tanggal :

Tanggal :

Dekan


Dr. Harnovinsah, AK., M.Si,CIA

Tanggal :

Ketua Program Studi


S1 Manajemen
Dr. Daru Asih., M.Si

Tanggal: 03 Juli 2020

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah customer experience, service quality dan promosi berpengaruh terhadap *revisit intention* pada Museum Bahari Jakarta. Objek penelitian ini adalah pengunjung Museum Bahari Jakarta. Penelitian ini dilakukan terhadap 180 responden dengan teknik survai dengan menggunakan alat penyebaran kuisioner. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Instrumen data menggunakan metode SEM software SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, variable *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, variable promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*.

Kata Kunci : *Customer Experience, Service Quality, Promosi, Revisit Intention.*



ABSTRACT

The purpose of this study was examine whether customer experience, servise quality and promotion affect *reviste intention* at the Jakarta Maritime Museum. The object of this study was a visitor to the Jakarta Maritime Museum. This research was conducted on 180 respondents with survey techniques using quisionnaire distribution tools. This tyepe of research is casual quantitative. The data instrument uses the SEM method of SmartPLS sofware version 3.0. The results of this study indicate that the *customer experience* variabel has a positive and significant effect on *revisit intention*, *servise quality* variabel has a positive and significant effect on *revisit intention*, the *promotion* variabel has a positive and significant effect on *revisit intention*.

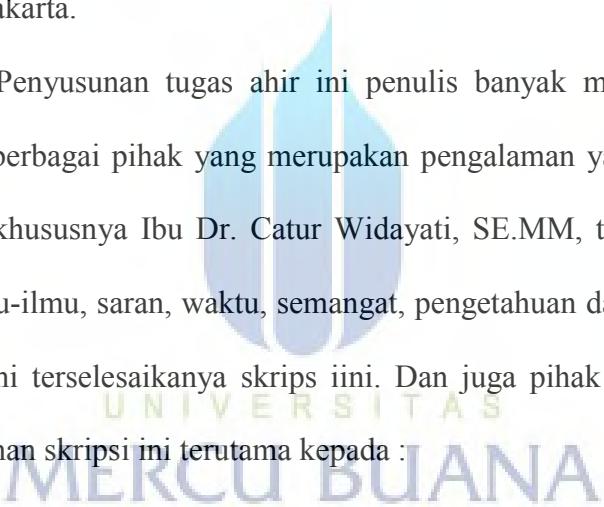
Keywords: *Customer Experience, Service Quality, promotion, Revisit Intention.*



KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "***Customer Experience, Promosi dan Service Quality Terhadap Revisit Intention di Museum Bahari Jakarta***". Penulisan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam Penyusunan tugas akhir ini penulis banyak mendapatkan saran dan dorongan dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, khususnya Ibu Dr. Catur Widayati, SE.MM, terimakasih atas segala bimbingan, ilmu-ilmu, saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikanya skripsi ini. Dan juga pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

- 
1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
 2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPAS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
 3. Ibu Dr. Daru Asih., M.Si, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
 4. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keiklasanya mencerahkan segala ilmu yang di

miliknya untuk kami. Semoga di hadapan allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu.

5. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhahan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penuliskuliah.
6. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doanya.
7. Seluruh karyawan dan pengunjung Museum Bahari Jakarta yang tidak bisa di sebutkan namanya satu persatu yang sudah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian 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 mohon maaf Ahir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 10 Juli 2019

Novi Adrion Yustiana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	1
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
a. Pengertian Pemasaran Jasa.....	12
b. Karakteristik Jasa	13
2. Perilaku Konsumen	14
a. Pengertian Perilaku Konsumen	14
b. Model Perilaku Konsumen	15
c. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
3. Customer Experience	16
a. Membangun Customer Experience	17

b.	Kategori Customer Experience	18
c.	Faktor Yang Mempengaruhi Customer Experience	19
d.	Dimensi Customer Experience	20
4.	Service Quality	22
a.	Prinsip-Prinsip Service Quality	23
b.	Sumber Service Quality	25
c.	Konsep Service Quality	25
d.	Faktor Penyebab buruknya Service Quality	26
e.	Dimensi Service Quality	28
5.	Promosi	29
a.	Tujuan Promosi	30
b.	Fungsi Promosi	31
c.	Dimensi Promosi	31
6.	Revisit Intention	33
a.	Atribut Revisit Intention	34
b.	Dampak Revisit Intention	35
c.	Dimensi Revisit Intention	36
B.	Peneliti Terdahulu	36
C.	Pengembangan Hipotesis	39
D.	Kerangka Pemikiran	42
E.	Perumusan Hipotesis	43

BAB III : METODE PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat penelitian	44
B.	Desain Penelitian	45
C.	Definisi Operasionalisasi Variabel	45
1.	Definisi Variabel	45
2.	Oprasionalisasi Variabel	47

D. Skala Pengukuran	50
E. Populasi dan Sampel Penelitian	51
1. Populasi Penelitian	51
2. Sampel Penelitian	51
F. Metode Pengumpulan Data	52
G. Metode Analisis Data	53
1. Analisis Deskriptif	53
2. Uji Instrument	53
a. Uji Validitas	53
b. Uji Reabilitas.....	54
3. Analisis Partial Least Square	54
a. Pengertian Partial Least Square	54
b. Menguji Model Pengukuran (Outer Model)	55
c. Menguji Model Struktural (Inner Model)	56

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
B. Analisis Deskriptif	59
1. Karakteristik Responden	59
a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
b) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
c) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	61
d) Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung	61
2. Deskriptif Jawaban Responden	62
a) Hasil Deskriptif Jawaban Variable Customer Experience	62
b) Hasil Deskriptif Jawaban Variable Service Quality	64
c) Hasil Deskriptif Jawaban Variable Promosi	66
d) Hasil Deskriptif Jawaban Variable Revisit Intention	67

C. Hasil Uji Kualitas Data	67
1. Evaluasi Measurement (Outer Model)	67
a) Hasil Pengujian Convergent Validity.....	67
b) Hasil Pengujian Discriminant Validity	72
c) Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	75
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	75
a) Hasil Pengujian Nilai R-square.....	76
b) Hasil Pengujian Goodness of Fit Model	76
c) Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	77
D. Pembahasan Hasil Penelitian	79
1. Pengaruh Customer Experience terhadap Revisit Intention.....	79
2. Pengaruh Service Quality terhadap Revisit Intention	79
3. Pengaruh Promosi terhadap Revisit Intention.....	80
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel1.1	Kuisisioner Pra Survai	4
Tabel2.2	Penelitian Terdahulu	40
Tabel3.1	Operasional Variable <i>Customer Experience</i>	48
Tabel3.2	Operasional Variable <i>Service Quality</i>	49
Tabel3.3	Operasional Variable Promosi	50
Tabel3.4	Operasional Variable <i>Revisit Intention</i>	51
Tabel3.5	Skla Penelitian	51
Tabel4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	61
Tabel4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung	62
Tabel4.5	Deskripsi Jawaban kuisisioner variable <i>Customer Experience</i>	63
Tabel4.6	Deskripsi Jawaban kuisisioner variable <i>Service Quality</i>	64
Tabel4.7	Deskripsi Jawaban kuisisioner variable Promosi	66
Tabel4.8	Deskripsi Jawaban kuisisioner variable <i>Revisit Intention</i>	67
Tabel4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	68
Tabel4.10	Hasil pengujian <i>Discriminant Validity</i> (Modifikasi)	70
Tabel 4.11	Hasil pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	72
Tabel4.12	Hasil pengujian <i>Average Variance Extracted(AVE)</i>	74
Tabel4.13	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (FornellLackerCriterium)</i> ...	74
Tabel4.14	Hasil Pengujian <i>Composite Reability dan Cronbach's Alpha</i>	75
Tabel4.15	Nilai R2 Variable Endogen	76
Tabel4.16	Hasil Pengujian Hipotesis	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengunjung Museum Bahari.....	4
Gambar 2.1	Kerangka konseptual	43
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS	69
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS	71
Gambar 4.3	Hasil Uji Boostrapping.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner Penelitian	90
2. Hasil Kuisisioner	98
3. Hasil Output <i>Partial Least Square</i> (PLS)	118

