



**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* GENERASI Z KE MUSEUM NASIONAL
INDONESIA**



SKRIPSI

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
JESSIKA NATALIA
44321010051

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jessica Natalia
NIM : 44321010051
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Revisit Intention* Generasi Z ke Museum Nasional Indonesia

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 17 Februari 2025



Jessika Natalia

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Jessica Natalia
NIM : 44321010051
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Revisit Intention* Generasi Z ke Museum Nasional Indonesia

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Christina Arsi Lestari, S.I.Kom., M.I.Kom ()
NIDN : 0324028801
Ketua Penguji : Rika Yessica Rahma, S.Psi., M.I.Kom ()
NIDN : 0314057804
Penguji Ahli : Ridho Azlam Ambo Asse, S.I.Kom., M.I.Kom ()
NIDN : 0308089202

Jakarta, 17 Februari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jessica Natalia
NIM : 44321010051
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Perceived Value*
terhadap *Revisit Intention* Generasi Z ke Museum Nasional Indonesia

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 saya 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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 Februari 2025

Yang menyatakan,



(Jessica Natalia)

ABSTRAK

Nama : Jessica Natalia
NIM : 44321010051
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Perceived Value* Terhadap *Revisit Intention* Generasi Z ke Museum Nasional Indonesia
Pembimbing : Christina Arsi Lestari, S.I.Kom., M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menjelaskan pengaruh nilai yang dirasakan (*perceived value*) terhadap niat kunjungan ulang (*revisit intention*) Generasi Z ke Museum Nasional Indonesia. Untuk menganalisis bagaimana nilai yang dirasakan memengaruhi niat tersebut, penelitian ini mengacu pada teori *Stimulus-Organism-Response (S-O-R)* sebagai landasan teoretis.

Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif dengan metode survei yang melibatkan 100 responden dari kalangan Generasi Z di Indonesia. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *non-probability sampling*, khususnya melalui *purposive sampling*.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier sederhana, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, serta uji hipotesis (uji t) yang diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 29.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan nilai yang dirasakan terhadap niat kunjungan ulang, di mana uji koefisien korelasi menghasilkan nilai 0,928 yang mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel. Selain itu, koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,860 mengungkapkan bahwa 86% niat kunjungan ulang dipengaruhi oleh nilai yang dirasakan, sementara sisanya 14% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Perceived Value, Revisit Intention, Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R), Museum Nasional Indonesia*

ABSTRACT

Name : Jessika Natalia
Student ID : 44321010051
Study Program : Communication Science
Thesis Title : *The Influence of Perceived Value on Generation Z's Revisit Intention to the National Museum of Indonesia*
Lecture : Christina Arsi Lestari, S.I.Kom, M.I.Kom

This research aims to measure and explain the effect of perceived value on Generation Z's revisit intention to the National Museum of Indonesia. To analyze how perceived value influences this intention, the study adopts the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory as its theoretical foundation.

The approach employed is explanatory quantitative research using a survey method that involved 100 respondents from Generation Z in Indonesia. The sampling technique used was non-probability sampling, specifically purposive sampling.

The collected data were analyzed using simple linear regression, correlation coefficient tests, determination coefficient tests, and hypothesis testing (t-test) processed with SPSS software version 29.

The study's results indicate a significant influence of perceived value on revisit intention, with the correlation coefficient test yielding a value of 0.928, which suggests a very strong relationship between the two variables. Additionally, the determination coefficient (R Square) of 0.860 reveals that 86% of the revisit intention is influenced by perceived value, while the remaining 14% is affected by factors outside the scope of this study.

Keywords: Perceived Value, Revisit Intention, Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory. Museum Nasional Indonesia

KATA PENGANTAR

Peneliti mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, berkah, dan karunia-Nya, sehingga skripsi berjudul **“Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Revisit Intention* Generasi Z ke Museum Nasional Indonesia”** dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) di bidang studi *Advertising & Marketing Communication*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Selama proses penyusunan, peneliti menyadari bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan doa yang diberikan oleh berbagai pihak, baik secara moral maupun material. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Christina Arsi Lestari, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah dengan sabar meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, serta ilmu yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini. Bimbingan dan arahan Ibu sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan dukungan, arahan, dan motivasi selama proses pengerjaan skripsi.
5. Ridho Azlam Ambo Asse, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Sekretaris Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*.
6. Rika Yessica Rahma, S.Psi., M.I.Kom, selaku Ketua Sidang pada sidang skripsi penelitian ini.

7. Papa Redy, Mama Tina, dan Adek Andre yang telah memberikan cinta, doa, dan dukungan tanpa henti. Dengan segala perjuangan dan kasih sayang yang tidak pernah berkurang selalu menjadi kekuatan bagi peneliti untuk terus maju.
8. Teman-teman karib, yaitu Hanifah, Melinda Angelikah, Nevita Kristine, dan Sherly Stevany yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan waktu untuk berbagi cerita. Kehadiran kalian sangat berarti bagi peneliti selama perjalanan skripsi ini.
9. Seluruh responden penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
10. Rekan-rekan *Marcommers* angkatan 2021, yang selalu mendukung dan memberikan semangat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
11. Terakhir, untuk diri sendiri, terima kasih telah bertahan dan terus berjuang hingga skripsi ini selesai.

Peneliti mengakui bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, peneliti bersedia menerima kritik dan saran guna penyempurnaan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi positif bagi para pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 23 Januari 2025



Jessika Natalia

NIM 44321010051

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 Teori S-O-R (<i>Stimulus, Organism, Response</i>)	17
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.3 Komunikasi Pariwisata.....	23
2.2.4 <i>Perceived Value</i>	26
2.2.5 <i>Revisit Intention</i>	27

2.2.6	Generasi Z.....	28
2.3	Hipotesis Teori.....	30
BAB III	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1	Paradigma Penelitian.....	31
3.2	Metode Penelitian.....	31
3.3	Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel.....	34
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	35
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	35
3.4.1	Definisi Konsep.....	35
3.4.2	Operasionalisasi Konsep.....	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.1	Data Primer.....	44
3.5.2	Data Sekunder.....	44
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.6.1	Uji Validitas.....	45
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	47
3.7	Teknik Analisis Data.....	49
3.7.1	Uji Regresi Linier Sederhana.....	49
3.7.2	Uji Koefisien Korelasi (R).....	49
3.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	50
3.7.4	Uji Hipotesis (t).....	50
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
1.1.1	Profil Museum Nasional Indonesia.....	52
1.1.2	Visi dan Misi Museum Nasional Indonesia.....	54
4.2	Hasil Penelitian.....	55
4.2.1	Karakteristik Data Responden.....	55

4.2.2 Variabel X (<i>Perceived Value</i>)	58
4.2.3 Variabel Y (<i>Revisit Intention</i>)	71
4.3 Analisis Statistik	82
4.3.1 Uji Regresi Linier Sederhana	82
4.3.2 Uji Koefisien Korelasi (R)	83
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	84
4.3.4 Uji Hipotesis (t).....	84
4.4 Hasil Pembahasan	85
BAB V	87
KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	93



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep	38
Tabel 3. 2 Hasil <i>Pre-Test</i> Uji Validitas Variabel X.....	46
Tabel 3. 3 Hasil <i>Pre-Test</i> Uji Validitas Variabel Y	47
Tabel 3. 4 Hasil <i>Pre-Test</i> Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4. 1 Kelahiran 1997-2012.....	55
Tabel 4. 2 Sudah Pernah Mengunjungi Museum Nasional Indonesia	56
Tabel 4. 3 Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 4 Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 5 Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4. 6 Pernyataan Dimensi <i>Emotional Value</i>	58
Tabel 4. 7 Pernyataan Dimensi <i>Emotional Value</i>	60
Tabel 4. 8 Pernyataan Dimensi <i>Emotional Value</i>	61
Tabel 4. 9 Pernyataan Dimensi <i>Social Value</i>	62
Tabel 4. 10 Pernyataan Dimensi <i>Social Value</i>	63
Tabel 4. 11 Pernyataan Dimensi <i>Social Value</i>	64
Tabel 4. 12 Pernyataan Dimensi <i>Value of Money</i>	65
Tabel 4. 13 Pernyataan Dimensi <i>Value of Money</i>	66
Tabel 4. 14 Pernyataan Dimensi <i>Quality Value</i>	67
Tabel 4. 15 Pernyataan Dimensi <i>Quality Value</i>	68
Tabel 4. 16 Akumulasi Nilai Variabel X (<i>Perceived Value</i>)	69
Tabel 4. 17 Pernyataan Dimensi Minat Transaksional.....	71
Tabel 4. 18 Pernyataan Dimensi Minat Transaksional.....	71
Tabel 4. 19 Pernyataan Dimensi Minat Referensial.....	73
Tabel 4. 20 Pernyataan Dimensi Minat Referensial.....	74
Tabel 4. 21 Pernyataan Dimensi Minat Referensial.....	75
Tabel 4. 22 Pernyataan Dimensi Minat Preferensial	76
Tabel 4. 23 Pernyataan Dimensi Minat Preferensial.....	77

Tabel 4. 24 Pernyataan Dimensi Minat Preferensial	78
Tabel 4. 25 Pernyataan Dimensi Minat Eksploratif	79
Tabel 4. 26 Pernyataan Dimensi Minat Eksploratif	80
Tabel 4. 27 Akumulasi Nilai Variabel Y (<i>Revisit Intention</i>).....	81
Tabel 4. 28 Hasil Uji Regresi Sederhana	82
Tabel 4. 29 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	83
Tabel 4. 30 Hasil Uji Koefisien Korelasi	83
Tabel 4. 31 Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
Tabel 4. 32 Hasil Uji Hipotesis	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Tujuan Periode 2019-2023	4
Gambar 2. 1 Teori S-O-R	17
Gambar 2. 2 Teori Perilaku Konsumen	18
Gambar 2. 3 Model Komunikasi Pemasaran.....	21
Gambar 2. 4 Pemetaan Generasi Baby Boomer – Generasi Z	29
Gambar 3. 1 Jumlah Generasi Z Indonesia tahun 2020	33
Gambar 4. 1 Logo Museum Nasional Indonesia.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 . Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	100
Lampiran 3 Uji Validitas Variabel X (<i>Perceived Value</i>).....	108
Lampiran 4 Uji Validitas Variabel Y (<i>Revisit Intention</i>)	109
Lampiran 5 Uji Reliabilitas Variabel X (<i>Perceived Value</i>)	109
Lampiran 6 Uji Reliabilitas Variabel Y (<i>Revisit Intention</i>)	110
Lampiran 7 Uji Regresi Linier Sederhana	111
Lampiran 8 Uji Koefisien Korelasi	111
Lampiran 9 Uji Koefisien Determinasi	111
Lampiran 10 Uji Hipotesis (t)	111
Lampiran 11 <i>Curriculum Vitae</i> (CV)	112

