

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *DESTINATION IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* WISATAWAN KE OBJEK WISATA  
CINANGKIAK SOLOK**

**SKRIPSI**



**Oleh:**  
**NAMA: SRI WAHYUNI**  
**NPM: 1810011211050**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelara Sarjana Manajemen*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
2022**

### TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Sri Wahyuni  
Npm : 1810011211050  
Program Studi : Strata Satu (S1)  
Jurusan : Manajemen

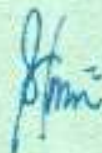
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Experience*, *Destination Image* dan *Service Quality* Terhadap *Revisit Intention* Wisatawan Ke Objek Wisata Cimangkiak Solok

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Kamis, 14 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dahlia Kamener, B.S.,MBA.,Ph.D

Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, SE.,M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sri Wahyuni

NPM : 1810011211050

Program studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience, Destination Image, Dan Service Quality* Terhadap *Revisit Intention* Wisatawan Ke Objek Wisata Cinangkiak Solok” adalah benar hasil karya tulis saya sendiri yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaa di suatu perguruan Tinggi, dan bagian tertentu yang saya peroleh dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Padang, 28 Juli 2022

**Penulis**

**Sri Wahyuni**

***THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE, DESTINATION IMAGE  
AND SERVICE QUALITY ON REVISIT INTENTION OF TOURISTS TO  
TOURIST OBJECTS OF CINANGKIAK SOLOK***

***<sup>1</sup>Sri Wahyuni, <sup>2</sup>Dahliaana Kamener, B.S., MBA., Ph.D  
Economics and Business Department Students and Lecturers  
Bung Hatta University, Padang***

*E-mail : [sriwahyu0699@gmail.com](mailto:sriwahyu0699@gmail.com) , [dahlianakamener@gmail.com](mailto:dahlianakamener@gmail.com)*

***ABSTRACT***

*This study aims to examine the effect of customer experience, destination image, and service quality on revisit intention. This study uses a population of people who have visited the Cinangkak Solok tourist attraction. The sample in this study consisted of 100 respondents with a sampling technique using non-probability sampling method. Hypothesis testing using Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square (PLS). The results of this study show that customer experience has a positive effect on revisit intention, destination image has a positive effect on revisit intention, and service quality has no effect on revisit intention.*

***Keywords:*** *Customer Experience, Destination Image, Service Quality, and Revisit Intention*

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *DESTINATION IMAGE* DAN  
*SERVICE QUALITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* WISATAWAN  
KE OBJEK WISATA CINANGKIAK SOLOK**

**<sup>1</sup>Sri Wahyuni, <sup>2</sup>Dahlia Kamener, B.S., MBA., Ph.D**

**Mahasiswa dan Dosen Jurusan Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Bung Hatta Padang**

**E-mail : [sriwahyu0699@gmail.com](mailto:sriwahyu0699@gmail.com), [dahlianakamener@gmail.com](mailto:dahlianakamener@gmail.com)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *customer experience*, *destination image*, dan *service quality* terhadap *revisit intention*. Penelitian ini menggunakan populasi orang yang sudah pernah berkunjung ke objek wisata Cinangkiak Solok. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability* sampling. Pengujian hipotesis menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan *customer experience* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*, *destination image* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*, dan *service quality* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention*.

**Kata Kunci:** *Customer Experience*, *Destination Image*, *Service Quality*, dan *Revisit Intention*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE, DESTINATION IAMGE DAN SERVICE QUALITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* WISATAWAN KE OBJEK WISATA CINANGKIAK SOLOK”**. Sholawat dan salam penulis sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang selalu memberikan teladan yang baik kepada semua orang di alam semesta dan khususnya kepada penulis ketika mengerjakan skripsi ini.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung.

1. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E, MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Dr.Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Lindawati, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manamjemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Dahliana Kamener, BS., MBA., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang siap mencurahkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan berupa ilmu, bimbingan serta saran dan konsultasi pendapat yang penulis berikan benar-benar kebutuhan dalam pelaksanaan tugas akhir ini.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan ilmunya dalam perkuliahan serta para staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta telah memberikan dukungan dan kemudahan dalam pengelolaan skripsi ini.
6. Kepada kedua orang tua saya, Ayah (Dasriwal) dan Ibu (Syafna Olinda) yang telah memberikan kasih sayang, perhatian dan dukungan, semangat dan terutama doa yang sangat baik dan mulia sehingga mereka dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik untuk mendapatkan gelar sarjana.
7. Teruntuk kakak (Usnul Hidayat) dan adik (Alwita Novita) terima kasih telah mensupport dalam segala hal sampai penulis bisa sampai di titik sekarang ini.
8. Teruntuk teman-teman seperjuangan , riska, pretti, sintya, wida, ranti, mela, sinya, abid ,yudha, fajri penulis ucapkan terima kasih.
9. Teruntuk orang teristimewa (Rizky Ezimar) penulis ucapkan terima kasih karena sudah mensupport, membantu menyebarkan kuesioner serta minminjakan motor kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
10. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis selama ini. Kalian sudah penulis simpan dalam kenangan terinda

11. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga masih banyak kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis di masa yang akan datang. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi kita semua Amin Allahumma Aamin Ya Rabbal Alamiin. Terima kasih

Padang, 06 Juli 2021

Sri Wahyuni

## PDAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Latar Belakang.....	1
1.3 Perumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Kesimpulan.....	6
BAB II KAJIAN LITERTAUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTEISIS.....	7
2.1 Pendahuluan.....	7
2.2 <i>Grand Theory</i> .....	7
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	11
2.2.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	11
2.2.2 Pengaruh <i>Destiantion Image</i> Terhadap <i>Revisit Intentuion</i> .....	12
2.2.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	13
2.3 Kerangka Konseptual.....	14
2.4 Kesimpulan.....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Pendahuluan.....	16
3.2 Jenis Penelitian.....	16
3.3 Objek, Populasi dan Sampel.....	16
3.3.1 Objek.....	16
3.3.2 Populasi.....	17
3.3.3 Sampel.....	17
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	18
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	18



3.5.1 <i>Revisit Intention</i> .....	18
3.5.2 <i>Customer Experience</i> .....	19
3.5.3 <i>Destinasian Image</i> .....	20
3.5.4 <i>Service Quality</i> .....	20
3.6 Teknik Analisis data.....	21
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	21
3.6.2 <i>Measurement Model Assesement</i> .....	23
3.6.3 <i>R Square</i> dan <i>Q Square</i> .....	23
3.6.4 <i>Structural Model Assesement</i> .....	24
3.7 Kesimpulan.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMABAHASAN .....	26
4.1 Pendahuluan .....	26
4.2 Profil Rspoden .....	26
4.4 <i>Measurement Model Assesment</i> .....	31
4.4.1 <i>Convergent Validity</i> .....	32
4.4.1.1 Uji <i>Outer Loadings</i> .....	32
4.4.1.2 Uji Cronbach's Alpha .....	33
4.4.1.3 Uji <i>Composite Reliability</i> .....	34
4.4.1.4 Uji AVERAGE Variance Extracted (AVE) .....	35
4.4.2 <i>Discriminant Validity</i> .....	36
4.4.2.1 Uji hasil <i>Fornell-Lacker Criterion</i> .....	36
4.4.2.2 Uji <i>Cross Loadings</i> .....	36
4.5 <i>R square</i> .....	39
4.5.1 Uji <i>R sqaure</i> .....	39
4.6. Uji Hipotesis .....	40
4.6.2 Pengujian hipotesis 1 ( <i>customer experience</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>revisit intention</i> ) .....	40
4.6.3 Pengujian hipotesis 2 ( <i>destination image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>revisit intention</i> ) .....	40
4.6.4 Pengujian hipotesis 3 ( <i>service quality</i> tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap <i>revisit intention</i> ).....	41
4.7 Pembahasan.....	41

4.7.1 Pengaruh <i>customer experience</i> terhadap <i>revisit intention</i> .....	41
4.7.2 Pengaruh <i>destination image</i> terhadap <i>revisit intention</i> .....	42
4.7.3 Pengaruh <i>service quality</i> terhadap <i>revisit intention</i> .....	42
4.8 Kesimpulan.....	40
BAB V PENUTUP .....	44
5.1 Kesimpulan .....	44
5.2 Implikasi.....	44
5.3 Keterbatasan.....	45
5.4 Saran .....	45
DAFTAR PUSTAKA .....	47
LAMPIRAN.....	52

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Fenomena <i>Revisit Intention</i> Di Objek Wisata Cinangkiak Solok.....	.3
Tabel 3.1	Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR) .....	18
Tabel 4.1	Profil Responden.....	25
Tabel 4.2	Hasil Uji TCR <i>Revisit Intention</i> .....	26
Tabel 4.3	Hasil Uji TCR <i>Customer Experience</i> .....	27
Tabel 4.4	Hasil Uji TCR <i>Destination Image</i> .....	28
Tabel 4.5	Hasil Uji TCR <i>Service Quality</i> .....	29
Tabel 4.6	Hasil Hasil Uji <i>Outer Loading</i> .....	30
Tabel 4.7	Hasil Uji <i>Cronbach'Alpa</i> .....	31
Tabel 4.8	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> .....	32
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	33
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Fornell-Lacker Criterion</i> .....	33
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Cross Loadings</i> .....	34
Tabel 4.12	<i>Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i> .....	35
Tabel 4.13	Hasil Uji R square.....	36
Tabel 4.14	Hasil Uji Hipotesis.....	37

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	12
Gambar 4.1 Model Struktural.....	36

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	47
Lampiran II Tabulasi Data.....	56
Lampiran III Analisis Deskriptif dan Hasil Ouput SmartPLS.....	61