

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN BERKUNJUNG
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Pada Wisata Lumbung Stroberi Kota Batu)

SKRIPSI



Oleh :

Rasyiq Aqila

201910160311215

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Wisata Lumbung Strawberry, Kota Batu)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Rasyiq Aqila
NIM : 201910160311215
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 September 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Pengaji:

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.
Penguji II : Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.
Penguji III : Ardir Praharto, S.AB., M.AB.
Penguji IV : Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

SKRIPSI

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI
DENGAN KEPUASAN BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi pada Wisata Lumbung Strawberry Kota Batu)

Oleh :

Rasyiq Aqila

201910160311215

Diterima dan disetujui
pada tanggal 18 September 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.

Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

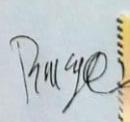
Nama : Rasyiq Aqila
NIM : 201910160311215
Program Studi : Manajemen
E-mail : rasyiqagila@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar asli dan hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka. Sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Malang, ... November 2023

Yang membuat pernyataan



Rasyiq Aqila

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN BERKUNJUNG
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi pada Wisata Lumbung Stroberi)

Rasyiq Aqila

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jl.Raya Tlogomas No.246 Malang
E-mail: rasyiqaqila@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk :mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat berkunjung kembali, mengetahui pengaruh promosi terhadap minat berkunjung kembali, untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan berkunjung, untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan berkunjung, mengetahui pengaruh kepuasan berkunjung terhadap minat berkunjung kembali, mengetahui peran mediasi kepuasan berkunjung terhadap hubungan lokasi terhadap minat Berkunjung kembali dan mengetahui peran mediasi kepuasan berkunjung terhadap hubungan promosi terhadap minat berkunjung kembali. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan slovin. Metode analisis yang digunakan adalah metode macro hayes dengan alat bantu SPSS 25. Dari penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa semua hipotesis diterima.

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN BERKUNJUNG
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi pada Wisata Lumbung Stroberi)

Rasyiq Aqila

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jl.Raya Tlogomas No.246 Malang
E-mail: rasyiqaqila@gmail.com

Abstract

This research aims to: find out the effect of location on interest in visiting again, find out the effect of promotion on interest in visiting again, find out the effect of location on visit satisfaction, find out the effect of promotion on visit satisfaction, find out the effect of visit satisfaction on interest in visiting again, find out the mediating role of satisfaction. visiting on the relationship between location and interest in returning to visit and knowing the mediating role of visiting satisfaction on the relationship between promotion and interest in returning to visit. This research uses quantitative methods with a Slovin approach. The analytical method used is the Macro Hayes method with SPSS 25 tools. From this research, the results obtained show that all hypotheses are accepted.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi”** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat Sarjana di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan dorongan yang tiada henti akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Sebagai ungkapan rasa syukur dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Fauzan M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Prof. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. DR. Nurul Asfiah, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.
5. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Phd. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ardiq Praharjo, S.AB., M.AB selaku Dosen Pembimbing II yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

7. Teristimewa kepada kedua orang tua saya Bapak ichsanudin mad'jid Dan Ibu Untari, sekaligus untuk Kakak saya Ghina Kamila, Dan adik saya Herdina Sabrina serta keluarga besar saya yang tiada hentinya memberikan doa, motivasi, dukungan serta kasih sayang sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
8. Terima kasih untuk teman teman saya yang sudah menemani mengerjakan skripsi ini terutama Rafli Affanda, Andra, Ari, Rifat, Shendy, Isa, Brian, Agung , Dimas, Ibrahim, Sakip dan Alm Rafli Angga Syahputra, yang selalu menemani saya revisi skripsi dan terima kasih untuk seluruh teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas doa dan *support* yang tak pernah henti saya dapatkan.
9. *Last but not least, i wanna thank me for believing in me to doing all this hard work and never quit.*

Akhirnya, dengan keterbatasan dan kekurangan saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkan serta semoga bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Malang, November 2023

Rasyiq Aqila

DAFTAR ISI

Cover	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Orisinalitas.....	iii
Abstrak	v
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel	xii
BAB I	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	7
A. Peneliti Terdahulu	7
B. Tinjauan/ Kajian Putaka	9
1. Landasan Teori.....	9
2. Minat Berkunjung Kembali	11
3. Lokasi.....	12
4. Promosi	14
5. Kepuasna Berkunjung.....	17
C. Kerangka Konsep/Pikir Dan Hipotesis	19
D. Hipotesis.....	20
BAB III.....	23
A. Lokasi Penelitian.....	23
B. Jenispenelitian	23
C. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	23
D. Definisi Operasional Variabel.....	25
E. Data Dan Sumber Data.....	27
F. Teknik Pengumpulan Data.....	27
G. Teknik Pengukuran Variabel.....	27
H. Uji Instrumen	28

I.	Hasil Uji Instrumen.....	29
J.	Uji Mediasi.....	32
K.	Uji Hipotesis.....	32
BAB IV	34	
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	34
B.	Gambaran Karakteristik Responden	34
C.	Hasil Uji Instrumen.....	36
D.	Uji Asumsi Klasik	37
E.	Analisis Data.....	39
F.	Pembahasan.....	46
BAB V.....	50	
Penutup.....	50	
A.	Kesimpulan	50
B.	Saran.....	50
Daftar Pustaka.....	52	
Lampiran.....	55	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Perilaku Konsumen.....	10
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	19



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perbandingan Jumlah Pengunjung.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.2 Skala Likert.....	27
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	28
Tabel 3.4 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	29
Tabel 4.1 Usia Responden.....	34
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.7 Uji Multikolineritas.....	38
Tabel 4.8 Hasil Macro Hayes Model 1 Outcome Variabel Z.....	39
Tabel 4.9 Macro Hayes Model 1 Outcome Variabel Y.....	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Total, Direct, Indirect Effect Model I.....	41
Tabel 4.11 Hasil Macro Hayes Model II Outcome Variabel Z.....	43
Tabel 4.12 Hasil Macro Hayes Model II Outcome Variabel Y.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Total, Direct, Indirect Effects Model II.....	45

DATAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	55
Lampiran 2 Rekapitulasi Skor Responden	58
Lampiran 3 Karakteristik Responden	70
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen	71
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	76
Lampiran 6 Hasil Analisis Macro Hayes	77



DAFTAR PUSTAKA

- A. Hamdani, Rambat Lupiyoadi. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Abdul Majid. (2015). *Pendekatan Ilmiah Dalam Implementasi Kurikulum 2013*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Ahmad, T. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Teras.
- Alvianna, S., & Alviandra, R. (2020, January). Pengaruh destinasi wisata dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali di Kampung Wisata Topeng Malang. In *Seminar Nasional Kepariwisataan* (Vol. 1, No. 1).
- Aniqurroziqi, A., & Setyo Pambudi, B. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Wisata Alam Selo Tirto Giri (SETIGI). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 2(2). <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim>
- Assael. (2008). *Consumer Behavior and Marketing Action 6th Edition*. International Thomson Publish : New York.
- Astuti, R., Ardila, I., Rahman Lubis, R., Ekonomi dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Sumatera Utara Jl Kapten Muktar Basri No, U. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes* (Vol. 2, Issue 2).
- Bachtiar, M. Latief. (2016). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunungkidul (Studi pada mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Baker, D.A. and Crompton, J.L. (2000), *Quality, satisfaction and behavioral intentions*, Annals of Tourism Research, Vol. 27 No. 3, pp. 785-804.
- Basu Swastha dan Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Chung-Hslen Lin. (2012). Effect of Cuisine Experience, Psychologikal WellBeing, And Self-Health Perception on The Revisit Intention of Hot Springs Tourist. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, p.1-22.
- Fajrin Andes Rahmat, Wijayanto Gatot, & Kornita Sri Endang. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 40–47. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fatimah, S. (2019). Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 17(2), 28–41. <https://doi.org/10.33489/mibj.v17i2.207>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T.Hani. (2000). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia Edisi ke 2*. Yogyakarta: BPFE.

- Hasan, A. 2008. Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Bisnis*. 10 (2): 130-149.
- Hindrayani, A. 2010. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: Pohon Cahaya.
- Hayes, A.F. (2013) *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. New York, NY: Guilford Press
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Ibnu Widiyanto Sopyan. (2015). Antesenden Minat Berkunjung Ulang (Studi Pada Cagar Budaya Bedung Lawang Sewu Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, Vol 4 No 2.
- Iswidymarsha, C., & Dewantara, Y. F. (2020). *Pengaruh Fasilitas Wisata dan Promosi terhadap Minat Berkunjung di dunia Air Tawar dan Dunia Serangga tmii*. 3(2). <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/wisata>
- Jonathan, S. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques* (2nd ed.). New Age International Publisher.
- Kotler Philip 2008. *Manajemen pemasaran*, Edisi Millenium diterjemahkan Beyamin Molan: PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Lee, Nancy R and Philip Kotler. (2011). *Social Marketing :Influencing Behaviors for Good*. US. Sage Publication, Inc.
- Mahfudhotin, S., Nurfarida, I. N., & Hidayat, W. C. (2021). Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi Dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang. In *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)* (Vol. 6, Issue 2). <http://ejournal.unikama.ac.id>
- Manampiring, A. S., Tumbuan, W. J. A. F., & Wenas, R. S. (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri TBK. Manado. *Harga... 164 Jurnal EMBA*, 4(2), 164–176.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan(Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191–200.
- Octaviani, D., Niswan, E., & Mamase, A. R. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Di Kabupaten Kubukalimantan Barat(Studi Kasus Pada Wisatawan Di Qubu Resort)*.
- Palit, I. G., Talumingan, C., & Rumagit, G. A. J. (2017). *Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan* (Vol. 13, Issue 2).
- Pradini, G., & Alya, D. (2022). Analisis Harga, Promosi, Produk Pariwisata dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung di Pulau Tidung. Kepulauan Seribu. Syntax Literate: *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3).
- Sangkaeng, S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). Pengaruh citra, promosi dan.... In *Jurnal EMBA* (Vol. 3, Issue 3).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.

- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.(2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Winardi, 2014, *Perencanaan dan Pengawasan dalam Bidang Manajemen*, Mandar Maju, Jakarta.
- Yulasmi, & Kumbara Vicky Brama. (2022). Determinasi Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Kunjung melalui Kepuasan Konsumen pada daerah Wisata Harau. In *Jurnal Sains Informatika Terapan (JSIT)* (Vol. 1, Issue 1).
- Zeithaml, Valarie A, Mary Jo Bitner and Dwayne D. Grempler. (2017). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm 7th Edition*. New York: McGraw-Hill Education.



PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

ORIGINALITY REPORT

14%	15%	9%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ereport.ipb.ac.id Internet Source	3%
2	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source	3%
3	repository.stei.ac.id Internet Source	2%
4	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
5	jurnal.stit-rh.ac.id Internet Source	2%
6	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	2%
7	eprints.uny.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography On
