

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pengunjung Jatipark 1 Kota Batu)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Shofiyyah Saufan

202110160311025

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

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Pengunjung Jatim Park 1 Kota Batu)

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama **Shofiyah Saufan**

NIM **202110160311025**

Jurusan **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 10 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana

Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I **Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M.**

Pembimbing II **Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.**

Penguji I **Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.**

Penguji II **Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.**



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

Prof. Dr. Idah Zuhroh M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Shofiyyah Saufan
NIM : 202110160311025
Jurusan : Manajemen
Surel : shofiyahsaufan@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta merupakan hasil jiplakan (*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 sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 18 Mei 2025

Yang Membuat Pernyataan



Shofiyyah Saufan

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG KEMBALI DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi pada Pengunjung Jatim Park 1 Kota Batu)

**Shofiyah Saufan¹, Erna Retna Rahadjeng², Rinaldy Achmad Roberth
Fathoni³**

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: shofiyahsaufan@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan terhadap keputusan berkunjung kembali yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada pengunjung Jatim Park 1 di Kota Batu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Jatim Park 1 yang telah berkunjung minimal dua kali. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, serta pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sebanyak 130 responden. Analisis data dilakukan menggunakan SEM PLS. Hasil menunjukkan pengalaman pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan dan keputusan berkunjung kembali, serta kepuasan memediasi hubungan keduanya. Temuan ini menegaskan pentingnya menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan bagi pengunjung untuk mendorong keputusan berkunjung kembali ke Jatim Park 1.

Kata kunci: Keputusan Berkunjung Kembali, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE ON DECISION TO
REVISIT MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION***

(Study on Visitors to Jatim Park 1 Batu City)

**Shofiyyah Saufan¹, Erna Retna Rahadjeng², Rinaldy Achmad Roberth
Fathoni³**

Management Departement, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: shofiyahsaufan@gmail.com

ABSTRAC

This study aims to analyze the effect of customer experience on return visit decision mediated by customer satisfaction among visitors of Jatim Park 1 in Kota Batu. The population consists of all visitors who have visited Jatim Park 1 at least twice. The research method is quantitative with a survey approach, and purposive sampling was used to select 130 respondents. Data analysis was conducted using SEM PLS. The results show that customer experience has a significant positive effect on both satisfaction and revisit intention, and satisfaction mediates the relationship between them. These findings emphasize the importance of creating a pleasant and satisfying experience to encourage visitors to return to Jatim Park 1.

Keywords: *Decision to Revisit, Customer Experience, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Segala puji saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat, hidayah, dan taufik-Nya, sehingga saya diberikan kemudahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengunjung Jatim Park 1 Kota Batu)."**

Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, dan seluruh umatnya yang setia mengikuti ajarannya hingga akhir zaman. Semoga kita semua kelak memperoleh syafaat beliau di hari kiamat. Skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, saya menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, atas dedikasi serta kesempatan yang diberikan kepada saya untuk menimba ilmu di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, atas bimbingan, motivasi, serta dukungan yang telah diberikan selama masa studi saya.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, atas arahan, dukungan, serta kesempatan yang diberikan selama saya menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen.
4. Dr. Erna Retna Rahadjeng Dra., M.M. selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan sabar, telaten, sepenuh hati, membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Rinaldy Achmad Roberth Fathoni S.AB., M.M. selaku Dosen Pembimbing II, yang dengan sabar, telaten, membimbing,

mengarahkan, serta memberikan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang sangat berharga selama masa studi saya.
7. Kedua orang tua tercinta yang amat saya sayangi, Bapak Saufan Jauhary dan Ibu Ismi Fatkhiyah, yang telah memberikan doa yang tak pernah putus, *support* yang tidak ada ujungnya, dukungan baik secara moral maupun material. Tanpa cinta, dukungan, pengorbanan mereka saya tidak akan ada berada di titik ini. Karena kalian berdua, hidup terasa begitu mudah dan penuh kebahagiaan.
8. Kedua orang tua yang telah merawat saya yang amat saya sayangi, Almarhum Bapak Sasmito Hari dan Ibu Karniati yang telah memberikan doa yang tak pernah putus, *support* yang tidak ada ujungnya, dukungan baik secara moral maupun material. Tanpa cinta, dukungan, pengorbanan mereka saya tidak akan ada berada di titik ini. Karena kalian berdua, hidup terasa begitu mudah dan penuh kebahagiaan.
9. Adik tercinta saya, Khodijah Saufan yang telah memberikan doa, *support*, dukungan yang tak pernah terputus. Tanpa doa, *support*, dukungannya saya tidak akan berada di titik ini.
10. Mas Dian Nugroho, Mas Wahyu Subagyo, Mbak Nuraini, yang telah memberikan doa, *support*, dukungan yang tak pernah terputus. Tanpa doa, *support*, dukungannya saya tidak akan berada di titik ini.
11. Ponakan tercinta saya Eldira Abdi Ghani Nugroho dan Azkala Alifandra Nugroho terima kasih sudah sangat menggemaskan dan lucu sehingga meringankan perjalanan skripsi penulis.
12. Sahabat-sahabat saya Erlina Febriyanti, Syafirda Azmi Aulia, Nadine Aurelia Salsabila yang telah memberi dukungan, semangat, motivasi dan menemani perjalanan saya selama menempuh studi.
13. Teman-teman saya, Surya Ningsih, Ayu Sherlya Putri, Denia Azizah Purbantoro, Ella Maibella A.T yang telah memberikan dukungan,

semangat, motivasi dan menemani perjalanan saya selama menempuh studi.

14. Teman saya Anggun Dwi Aprilia yang telah memberikan dukungan dan semangat selama perjalanan menyelesaikan skripsi ini.
15. Keluarga besar saya dan seluruh pihak yang turut membantu kelancaran penelitian ini, baik dari Jatim Park 1 maupun responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saya sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca serta menjadi referensi yang berguna dalam bidang penelitian terkait. Akhir kata, saya berharap segala kebaikan yang telah diberikan kepada saya mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Aamiin.

Malang, 18 Mei 2025

Shofiyyah Saufan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRAC</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Pikir	18
2.4 Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	22
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	22
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.5 Data dan Sumber Data.....	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data	27
3.7 Teknik Pengukuran Variabel	27
3.8 Analisis Deskriptif.....	28
3.9 Analisis <i>Structural Equation Modeling-Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Karakteristik Responden	32
4.2 Hasil Analisis Data	34
4.3 Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN.....	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	53
5.3 Keterbatasan Penelitian	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	7
Gambar 2. 2 Model Teori S-O-R dalam Penelitian.....	8
Gambar 2. 3 Kerangka Pikir	19
Gambar 4. 1 Hasil PLS Algorithm.....	41



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Jatim Park 1 Tahun 2019-2022	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	24
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 3. 3 Kriteria Skala Penilaian.....	29
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	33
Tabel 4. 4 Rata-Rata Variabel Pengalaman Pelanggan.....	34
Tabel 4. 5 Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan	36
Tabel 4. 6 Rata-Rata Variabel Keputusan Berkunjung Kembali	37
Tabel 4. 7 Hasil <i>Outer Loading</i>	39
Tabel 4. 8 Hasil <i>AVE (Average Variance Extracted)</i>	41
Tabel 4. 9 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	42
Tabel 4. 10 Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	43
Tabel 4. 11 <i>R-Square</i>	44
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	45
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Specific Indirect Effects</i>	46



- With the Customer. *European Management Journal*, 25(5), 395–410. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2007.08.005>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory : 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis Dan Disertasi)*. Yoga Pratama.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep. Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hania, A., Sunarti, & Pangestuti, E. (2016). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Berkunjung dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Wisatawan Jawa Timur Park 1 Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 40(1)*. www.jatimpark.go.id,
- Hasia, R. (2019). *Strategi Pelayanan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Kota Batu (Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu)*. 8(2), 136. www.publikasi.unitri.ac.id
- Huda, N. N., Suryoko, S., & Waloeja, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Hortimart Agro Center Bawen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Izogo, E. E., Jayawardhena, C., & Kalu, A. O. U. (2018). Examining customers' experience with the Nigerian Bank Verification Number (BVN) policy from the perspective of a dual-lens theory. *International Journal of Emerging Markets*, 13(4), 709–730. <https://doi.org/10.1108/IJoEM-09-2016-0246>
- Kothari, C. R. . (2004). *Research methodology : methods & techniques*. New Age International (P) Ltd.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2012). *Principles of Marketing* (D. Sutherland, D. Sutherland, & E. Svendsen, Eds.; 12th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management : An Asian Perspective* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587–592. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.601>
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). Routledge.
- Pallefi, A. Z., & Widiartanto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Saing Destinasi dan Pengalaman Sebelumnya terhadap Keputusan Berkunjung

- Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Prakoso, D. B., Pujiastuti, E. E., & Sadeli. (2020). Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Serta Niat Berkunjung Kembali. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(2). <https://doi.org/10.36636/dialektika.v5i2.465>
- Prasetyo, Y. T., Castillo, A. M., Salonga, L. J., Sia, J. A., Chuenyindee, T., Young, M. N., Persada, S. F., Miraja, B. A., & Redi, A. A. N. P. (2021). Factors influencing repurchase intention in drive-through fast food: A structural equation modeling approach. *Foods*, 10(6). <https://doi.org/10.3390/foods10061205>
- Ramadhanti, V. Z., Musringah, & Sulistyan, R. B. (2019). *Analisis Dampak Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang*. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm|85>
- Sari, W. A., & Najmudin, M. (2021). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Layanan dan Pengalaman Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pulepayung Kabupaten Kulon Progo. *Mohamad Najmudin Juni 2021 EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 12(1), 49–58.
- Sasongko, R. S. (2021). *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67. <https://doi.org/10.1362/026725799784870496>
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, 12th edition* (12th ed.). Harlow : Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami). Alfabeta.
- Tamahela, F., & Nugroho, D. A. (2020). Pengaruh Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung, dan Pengalaman Pengunjung terhadap Keputusan Berkunjung Ulang (Studi pada Pengunjung Obyek Wisata Mojosemi Forest Park Magetan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB*, 8(2).
- Tantriana, D., & Widiartanto. (2020). *Pengaruh Aksesibilitas, Experiential Marketing dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening*.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Andi Offset.






6% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 3%  Internet sources
- 4%  Publications
- 6%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look closely at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

