

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY* DAN  
*PERCEIVED VALUE* PADA *TOURIST LOYALTY*  
DENGAN MEDIASI *DESTINATION IMAGE* : STUDI  
PADA WISATA PANTAI DI INDONESIA**



**DIAJUKAN OLEH: NAMA:**

**GIRI NATA CAHYADI NIM:**

**115169102**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**2020**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY* DAN  
*PERCEIVED VALUE* PADA *TOURIST LOYALTY*  
DENGAN MEDIASI *DESTINATION IMAGE* : STUDI  
PADA WISATA PANTAI DI INDONESIA**



**DIAJUKAN OLEH: NAMA:**

**GIRI NATA CAHYADI NIM:**

**115169102**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**2020**

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Giri Nata Cahyadi

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115169102

Program Studi : SI Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 30 Juni 2020



Giri Nata Cahyadi

#### Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : GIRI NATA CAHYADI  
NPM : 115169102  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Perceived Service Quality* Dan *Perceived Value* Pada *Tourist Loyalty* Dengan Mediasi *Destination Image* : Studi Pada Wisata Pantai Di Indonesia

Jakarta, 9 Juni 2020

Pembimbing,



(Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, SE., M.Si.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama: Giri Nata Cahyadi  
NIM: 115169102  
Program Studi: S1 Manajemen

**Judul Skripsi**

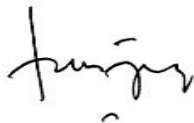
Pengaruh *Perceived Service Quality* Dan *Perceived Value* Pada *Tourist Loyalty*  
Dengan Mediasi *Destination Image* : Studi Pada Wisata Pantai Di Indonesia

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 07 juli 2020 dan dinyatakan lulus , dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua: Dr. IGNATIUS RONI SETYAWAN, SE., M.Si
2. Anggota: Dr. HETTY KARUNIA TUNJUNGSARI, SE., M.Si
3. Anggota : Dr. COKKI, SE., MM

Jakarta, 13 Juli 2020

Pembimbing



(Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, SE., M.Si)

## ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMY  
JAKARTA

- (A) GIRI NATA CAHYADI (115169102)
- (B) *THE EFFECT OF PERCEIVED SERVICE QUALITY AND PERCEIVED VALUE ON TOURIST LOYALTY WITH DESTINATION IMAGE MEDIATION: STUDY ON BEACH TOURISM IN INDONESIA*
- (C) XIX+60, 22 Tables, 5 Pictures, 6 Attachment
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) **Abstract:** *The development of the tourism sector is something that plays an important role in efforts to increase state income and has its own competitive advantage for a country. In many countries many have their own diversity and diversity in terms of tourism, so it is necessary to increase the tourism sector Indonesia is one of the largest archipelagic countries in the world. Indonesia is one of the countries with the longest coastline in the world, namely 54,716 km, which makes Indonesia the second longest coastline in the world after Canada. Indonesia is a country that has a lot of tourism objects to visit, both natural and cultural tourism. One of the most visited attractions in Indonesia is its beach tourism. The purpose of this study is to examine whether Perceived Service Quality, Perceived Value is a positive predictor of Destination Image and Tourist Loyalty for archipelago tourists who have visited beaches in Indonesia. This study uses 200 samples selected using convenience sampling techniques. Processing*

*and testing of this data using PLS-SEM. The results of this study indicate that Perceived Service Quality and Perceived Value are positive predictors of Destination Image and Tourist Loyalty.*

(F) *Perceived Service Quality, Perceived Value, Destination Image, Tourist Loyalty*

(G) *References 35 (1975-2019)*

(H) Dr .HETTY KARUNIA TUNJUNGSARI S.E., M.Si,

## ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI JAKARTA

- (A) GIRI NATA CAHYADI (115169102)
- (B) Pengaruh *Perceived Service Quality* Dan *Perceived Value* Pada *Tourist Loyalty* Dengan Mediasi *Destination Image* : Studi Pada Wisata Pantai Di Indonesia.
- (C) XIX+60 halaman, 22 tabel, 5 gambar, 6 lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Perkembangan sektor pariwisata merupakan suatu hal yang ikut berperan penting dalam usaha untuk peningkatan pendapatan negara dan memiliki keunggulan kompetitif tersendiri untuk sebuah negara. Di banyak negara banyak memiliki keanekaragaman dan keberagaman tersendiri dalam perihal pariwisata, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata Negara Indonesia adalah salah satu negara kepulauan terbesar di dunia. Indonesia merupakan salah satu negara dengan garis pantai terpanjang di dunia yaitu sepanjang 54.716 km, yang menjadikan Indonesia sebagai negara dengan garis pantai terpanjang ke 2 di dunia setelah Kanada. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak objek pariwisata untuk dikunjungi, baik wisata alam atau wisata budayanya. Salah satu objek wisata yang paling banyak dikunjungi di Indonesia adalah wisata pantainya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah *Perceived Service Quality*, *Perceived Value* merupakan prediktor positif terhadap



*Destination Image* dan *Tourist Loyalty* pada wisatawan nusantara yang sudah berkunjung pada pantai di Indonesia. Penelitian ini menggunakan 200 sampel yang dipilih dengan menggunakan teknik convenience sampling. Pengolahan dan pengujian data ini dengan menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Service Quality* dan *Perceived Value* merupakan prediktor positif terhadap *Destination Image* dan *Tourist Loyalty*.

- (F) *Perceived Service Quality, Perceived Value, Destination Image, Tourist Loyalty*
- (G) Daftar Acuan 35 Acuan (1975 – 2019)
- (H) Dr. HETTY KARUNIA TUNJUNGSARI S.E., M.Si,