

Pengaruh Perceived Value dan Customer Satisfaction Terhadap Revisit Intention di Alinia Farm And Park Resort Dharmasraya

Nanda Amelia

Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang

email : naandaameeliaa@gmail.com

Nidia Wulansari

Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang

email : nidia.wulansari@fpp.unp.ac.id

Abstract. *This research was carried out against the background of the revisit intention phenomenon which is considered to be caused by perceived value and customer satisfaction factors. This research was conducted with the aim of obtaining information and providing a description of the influence of Perceived Value and Customer Satisfaction on Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya. The research is classified as a quantitative descriptive type with the technique for determining the sample, namely through purposive sampling and the number of samples, namely 319 respondents, refers to the Slovin equation. The technique for obtaining research data is with the help of a questionnaire using a Likert scale which has been tested for validation and reliability. The data that has been obtained is analyzed with the help of multiple linear regression analysis using equipment for calculations using SPSS (Statistics Product and Service Solution) version 26.00. Based on the analysis of research results, it was concluded that the results of the t-test showed that the perceived value variable achieved a significant level of $0.021 < 0.05$, which means that there is an influence of the perceived value variable on revisit intention. And the t-test results for the customer satisfaction variable provide a significant level of $0.001 < 0.05$, meaning that there is an influence of the customer satisfaction variable on revisit intention. Based on the results of the f-test, it gives a significant level of $0.001 < 0.05$, showing that the variables perceived value (X1) and customer satisfaction (X2) simultaneously have an influence on revisit intention. The variables perceived value and customer satisfaction have an influence of 4.4%, but the rest is influenced by other variables.*

Keywords: *Perceived Value, Customer Satisfaction, Intention to Revisit*

Abstrak. Penelitian ini dilaksanakan dengan latar belakang fenomena *revisit intention* yang dianggap disebabkan oleh faktor *perceived value* dan *customer satisfaction*. Penelitian ini diadakan dengan tujuan untuk meraih informasi dan memberikan deskripsi pengaruh dari *Perceived Value* dan *Customer Satisfaction* pada Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya. Penelitian tergolong dalam jenis deskriptif kuantitatif dengan teknik untuk menetapkan sampel yakni melalui purposive sampling dan banyaknya sampel yakni 319 responden mengacu pada persamaan slovin. Teknik dalam meraih data penelitian yakni dengan bantuan kuesioner memakai skala likert yang telah dilakukan pengujian pada validasi dan reliabilitasnya. Data yang telah didapatkan dianalisa dengan bantuan analisis regresi linear berganda melalui bantuan peralatan untuk perhitungan memakai SPSS (Statistic Product and Service Solution) versi 26.00. Berdasarkan dari analisis hasil penelitian, didapatkan kesimpulan hasil uji-t, bagi variabel *perceived value* diraih hasil tingkat signifikan $0,021 < 0,05$, yang maknanya adanya pengaruh dari variabel *perceived value* pada *revisit intention*. Dan untuk hasil uji-t bagi variabel *customer satisfaction* memberikan hasil taraf signifikan $0,001 < 0,05$, maknanya adanya pengaruh dari variabel *customer satisfaction* pada *revisit intention*. Berdasarkan dari hasil uji-f memberikan hasil tingkat signifikan $0,001 < 0,05$, memperlihatkan dengan simultan variabel *perceived value* (X1) dan *customer satisfaction* (X2) memberikan pengaruh pada *revisit intention*. Variabel *perceived value* dan *customer satisfaction* mempunyai pengaruh yang besarnya 4,4%, namun selebihnya mendapat pengaruh dari variabel yang lain.

Kata Kunci : Nilai yang Dirasakan, Kepuasan Pelanggan, Niat Mengunjungi Kembali

A. PENDAHULUAN

Salah satu penunjang ekonomi dan pendapatan devisa negara berasal dari pariwisata. Pariwisata sederhananya banyak dimaknai sebagai perjalanan untuk meraih kesenangan. Tetapi, pada bidang etymologis kata “pariwisata” diraih melalui bahasa

sanskerta yang maknanya secara penuh tidak tinggal di rumah, kampung halaman, lokasi tempat menetap untuk berkeliling. Sumatera Barat adalah Provinsi yang berada pada pesisir barat di kawasan tengah pulau Sumatera yang mempunyai kekayaan akan keberagaman hayati dan alam yang indah dan lokasi wisata. Satu diantara tempat yang menjadi daya tarik wisata di Sumatera Barat ialah Kabupaten Dharmasraya.

Dharmasraya merupakan satu diantara kabupaten pada Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Di kawasan tersebut dulunya pernah dijadikan kota dan pusat pemerintahan dari kerayaan melayu. Ibu kota kabupaten Dharmasraya ialah Pulau Punjung. Kabupaten Dharmasraya juga dikenal sebagai Ranah Cati Nan Tigo. Dari data Badan Pusat Statistik Dharmasraya jumlah penduduk yang ada di kabupaten Dharmasraya adaah sebanyak 247.579 jiwa. Dharmasraya mempunyai daya tarik wisata bagus pada sektor atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan jasa pendukung lainnya. Banyaknya Daya tarik wisata menarik untuk dikunjungi di Dharmasraya, baik wisata alam maupun wisata bahari.

Alinia Farm and Park merupakan daya tarik wisata yang terletak di jorong lawai, Nagari Sitiung, Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat. Objek wisata ini masih terbilang baru yang memiliki banyak atraksi menjadi salah satu tujuan para wisatawan dalam menikmati liburan mereka. Alinia Farm and Park menyediakan akomodasi untuk pengunjung yang akan melakukan kunjungan menuju Dharmasraya, dan memiliki wahana seperti water park, berkuda, panahan, flying fox, berkebun, cottage, rumah pohon, rakit wisata, outbond area dan lain sebagainya. daya tarik wisata ini juga dilengkapi dengan resort, meeting room, restaurant, dan café. Dengan ini Alinia Farm and Park tidaklah lepas dari minat berkunjung wisatawan karena memiliki daya tarik tersendiri. Disini penulis berfokus untuk meneliti bagian wisatanya saja.

Revisit Intention adalah satu diantara permasalahan utama mendasar manajer wisata disebabkan wisatawan dengan sering kali bisa memberikan lebih besar pemasukan dan meminimalisir dana, konsep niat melakukan kunjungan ulang diraih melalui niat perilaku, Pratminingsih, dkk (2014). *Revisit intention* atau bisa disebut minat melakukan kunjungan kembali adalah sebuah wujud rasa puas yang berikutnya akan memberikan dorongan melakukan kunjungan, yang akan memunculkan rasa loyalitas pada diri konsumen. Kecocokan akan apa yang dibutuhkan dan produk yang ditawarkan akan membentuk rasa kepuasan dari konsumen, oleh sebab itu akan menimbulkan minat untuk melaksanakan pembelian kembali dari pengunjung di masa depan.

Perceived Value adalah nilai yang diraih atau manfaat dari fitur produk, kualitas, pengiriman, layanan dan harga. *perceived value* merupakan wujud komprehesif dari

penilaian pembeli tentang sebuah produk atau layanan, Stonewall dalam kitalertpaيسان dan Chanchitpreecha (2013). *perceived value* atau nilai yang diraih pengunjung ialah melalui cara melakukan perbandingan laba maupun angka yang diraih terhadap segala hal yang dikorbankan guna meraih sebuah produk, jasa, ataupun pengalaman yang mana wisatawan akan membuat perbandingn pada manfaat, kualitas, dan harga produk atau jasa yang digunakan.

Customer satisfaction atau kepuasan pelanggan pastinya sangat memberikan pengaruh pada perkembangan sebuah destinasi wisata disebabkan bisa memberikan kesan yang positif dan juga bagus terhadap para pengunjung yang datang. Somad dan Priansa (2014) kepuasan dari pengunjung ialah pencapaian yang mana penilaian kinerja (*perceive performance*) produk sejalan terhadap apa yang diharapkan oleh pengunjung. Artinya rasa yang diperoleh oleh pengunjung sebagai anggapan dari harapan yang terpenuhi.

Demikian dengan *perceived value* dan *customer satisfaction* yang ada di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya merupakan hal yang patut di perhatikan oleh Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya. Dengan memiliki *perceived value* dan *customer satisfaction* yang sesuai akan membuat para pengunjung memiliki niat berkunjung kembali. Setelah melakukan penelitian ditemukan beberapa permasalahan mengenai keluhan pengunjung terhadap beberapa fasilitas yang menimbulkan perasaan yang tidak memuaskan. Dan setelah peneliti melakukan pra observasi dengan pengunjung Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya mengeluh mengenai harapan mereka yang tidak sesuai di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dilaksanakan sebuah penelitian guna melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor yang memberikan pengaruh pada *revisit intention*. Peneliti ingin meraih informasi bagaimana *perceived value* dan *customer satisfaction* memberikan pengaruh pada *revisit intention* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya.

B. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang dilaksanakan masuk dalam jenis penelitian kuantitatif melalui penggunaan desain asosiatif kausal. Penelitian ini mencakup atas 3 variabel yakni, variabel *perceived value* (X1), variabel *customer satisfaction* (X2) dan *revisit intention* (Y). Populasi yang dipakai yakni konsumen yang sudah mempunyai pengalaman mengunjungi Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya dengan sampel sebanyak 319 responden memakai pembagian kuesioner yang mencakup atas 23 butir soal, dirancang memakai skala

likert yang memuat 5 opsi jawaban. Dan melaksanakan pengujian terhadap validitas dan reliabilitas. Deskripsi penelitian data ini memakai metode mi sdi, guna meninjau kategori dari setiap variabel yang di teliti. Proses uji hipotesis pada penelitian ini dilaksanakan memakai analisis regresi linear berganda.

C. PEMBAHASAN dan ANALISA

1. Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian mencakup atas : a) Deskriptif karakteristik responden, b) Deskriptif data variabel, c) Uji persyaratan analisis yang mencakup atas pengujian normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, d) Uji hipotesis. Hasil dari penelitian bisa diperhatikan berikut ini:

a. Deskriptif Karakteristik Responden

Berdasarkan dari penelitian yang telah diadakan maka bisa dikelompokkan karakteristik dari responden mengacu pada jenis kelamin yang bisa diamati dalam Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
Laki- laki	136	42,6%
Perempuan	183	57,4%
Total	319	100%

Sumber : hasil olah data spss 26.00, (2024)

Berdasarkan dari hasil oalahn data pada karakteristik dari responden mengacu pada jenis kelamin dalam tabel 1 diraih informasi dimana mayoritas pengunjung pada Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya sebanyak 57,4% ialah Perempuan dan 42,6% ialah Laki-laki.

Berdasarkan dari penelitian yang telah diadakan maka bisa dikelompokkan karakteristik dari responden mengacu pada daerah asal yang bisa diamati dalam Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal

Daerah Asal	Frekuensi	Persentase %
Luar Dharmasraya	68	21%
Dalam Dharmasraya	251	79%
Total	319	100%

Sumber : hasil olah data spss 26.00, (2024)

Berdasarkan dari hasil olahan data karakteristik responden mengacu pada daerah asal dalam tabel 2 diraih informasi dimana pengunjung yang asalnya dari luar Dharmasraya sebanyak 21% dan yang asalnya dari dalam Dharmasraya 79%.

Berdasarkan dari penelitian yang telah diadakan maka bisa dikelompokkan karakteristik responden mengacu pada usia yang bisa diamati dalam Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase %
17-25 tahun	203	63,6%
26-35 tahun	64	20,1%
36-40 tahun	35	11%
>40 tahun	17	5,3%
Total	319	100%

Sumber : hasil olah data spss 26.00 (2024)

Berdasarkan dari hasil oalahan data karakteristik dari responden mengacu pada usia dalam Tabel 3 diraih informasi dimana pengunjung pada Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya sebanyak 63,6% berusia 17-25 tahun, 20,1% memiliki usia 26-35 tahun, 11% memiliki usia 36-40 tahun, dan 5,3% usianya \geq 40 tahun.

Berdasarkan dari penelitian yang telah diadakan maka bisa dikelompokkan karakteristik dari responden mengacu pada pekerjaan yang bisa diamati dalam Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
Ibu Rumah Tangga	37	11,6%
Wirausaha	20	6,2%
Pegawai PNS	32	10%
Petani	16	5,1%
Pegawai Swasta	44	13,8%
Pelajar/Mahasiswa	134	42%
Lainnya	36	11,3%
Total	319	100%

Sumber : hasil olah data spss 26.00 (2024)

Berdasarkan dari hasil olahan data karakteristik dari responden mengacu pada pekerjaan dalam Tabel 4 diraih informasi dimana pengunjung pada Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya sebanyak 11,6% yaitu ibu rumah tangga, 6,2% yaitu wirausaha, 10% yaitu pegawai PNS, 5,1% yaitu petani, 13,8% yaitu pegawai swasta, 42% yaitu pelajar/mahasiswa dan 11,3% yaitu lainnya

Berdasarkan dari penelitian yang telah diadakan maka bisa dikelompokkan karakteristik dari responden mengacu pada banyaknya kunjungan yang bisa diamati dalam Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Jumlah Kunjungan	Frekuensi	Persentase %
------------------	-----------	--------------

1 Kali	198	62,1%
≥2 Kali	121	37,9%
Total	319	100%

Sumber : hasil olah data spss 26.00 (2024)

Berdasarkan dari hasil olahan data karakteristik dari responden yang mengacu pada banyaknya kunjungan dalam Tabel 5 diraih informasi dimana pengunjung yang melakukan kunjungan 1 kali diraih pada angka 62,1%, dan pengunjung yang melakukan kunjungan dengan jumlah 2 kali diraih pada angka 37,9%.

b. Deskriptif Data Variabel

1) Variabel *Perceived Value*

Variabel *perceived value* yang memuat 10 butir soal yang dibagikan lewat Google Form terhadap 319 responden bisa diamati dalam Tabel 6.

Tabel 6. Skor Jawaban Responden Tentang Variabel *Perceived Value*

KATEGORI	KELAS INTERVAL	FREKUENSI	%
Sangatbaik	$\geq 40,005$	57	18
Baik	$33,335 \leq 40,005$	140	44
Cukup baik	$26,665 \leq 33,335$	94	29
Buruk	$19,995 \leq 26,665$	27	8
Sangat buruk	$< 19,995$	1	0
TOTAL		319	100

Sumber : hasil olah data primer (2024)

Hasil yang diraih melalui 319 responden untuk variabel *perceived value* pada Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya menjelaskan bahwa sebanyak 18% dalam kategori yang sangat baik melalui frekuensi yang diraih dari 57 responden, 44% dalam kategori yang baik melalui frekuensi diraih dari 140 responden, 29% dalam kategori yang cukup baik melalui frekuensi diraih dari 94 responden, 8% dalam kategori yang buruk melalui frekuensi diraih dari 27 responden. Untuk meraih hasil penilaian dari pengunjung mengenai variabel *perceived value* bisa diperhatikan pada hasil nilai rerata (mean) melalui SPSS 26.00 yang angkanya 34,96 yang masuk dalam interval $33,335 \leq 40,005$. Hal ini memperlihatkan variabel *perceived value* pada Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya tergolong baik.

2) Variabel *Customer Satisfaction*

Variabel *customer satisfaction* yang mencakup atas 8 butir soal yang disebarakan melalui Google Form terhadap 319 responden bisa diamati dalam Tabel 7.

Tabel 7. Skor Jawaban Responden Tentang Variabel *Customer Satisfaction*

KATEGORI	KELAS INTERVAL	FREKUENSI	%
Sangatbaik	$\geq 31,995$	142	45
Baik	$26,665 \leq 31,995$	141	44
Cukup baik	$21,335 \leq 26,665$	34	11
Buruk	$16,005 \leq 21,335$	2	1
Sangat buruk	$< 16,005$	0	0
TOTAL		319	100

Sumber : hasil olah data primer (2024)

Hasil yang diraih melalui 319 responden untuk variabel *customer satisfaction* pada Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya mengungkapkan sebanyak 45% dalam kategori yang sangat baik melalui frekuensi diraih dari 142 responden, 44% dalam kategori yang baik melalui frekuensi diraih dari 141 responden, 11% dalam kategori yang cukup baik melalui frekuensi diraih dari 34 responden, 1% dalam kategori yang buruk melalui frekuensi diraih dari 2 responden. Untuk meraih hasil dari penilaian pengunjung mengenai variabel *customer satisfaction* bisa diperhatikan pada hasil nilai rerata (mean) memakai SPSS 26.00 yang angkanya 30,89 yang masuk dalam interval $26,665 \leq 31,995$. Hal ini memperlihatkan variabel *customer satisfaction* pada Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya tergolong baik.

3) Variabel *Revisit Intention*

Variabel *revisit intention* yang mencakup atas 5 butir soal yang disebarakan melalui Google Form terhadap 319 responden bisa diamati dalam Tabel 8

Tabel 8. Skor Jawaban Responden Tentang Variabel *Revisit Intention*

KATEGORI	KELAS INTERVAL	FREKUENSI	%
Sangatbaik	$\geq 19,995$	85	27
Baik	$16,665 \leq 19,995$	105	33
Cukup baik	$13,335 \leq 16,665$	76	24
Buruk	$10,005 \leq 13,335$	33	10
Sangat buruk	$< 10,005$	20	6
TOTAL		319	100

Sumber : hasil olah data primer (2024)

Hasil yang diraih melalui 319 responden untuk variabel *revisit intention* pada Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya mengungkapkan sebanyak 27%

dalam kategori yang sangat baik melalui frekuensi diraih dari 85 responden, 33% dalam kategori yang baik melalui frekuensi diraih dari 105 responden, 24% dalam kategori yang cukup baik melalui frekuensi diraih dari 76 responden, 10% dalam kategori yang buruk melalui frekuensi diraih dari 33 responden, 6% dalam kategori yang sangat buruk melalui frekuensi diraih dari 20 responden. Untuk meraih hasil dari penilaian pengunjung mengenai variabel *customer satisfaction* bisa diperhatikan pada hasil nilai rerata (mean) melalui penggunaan SPSS 26.00 yang angkanya 17,03 yang masuk dalam interval $16,665 \leq 19,995$. Hal ini memperlihatkan variabel *revisit intention* pada Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya tergolong baik.

c. UJI PERSYARATAN ANALISIS

1) Uji Normalitas

Tabel 9 menampilkan perolehan pengujian normalitas dengan berbantuan SPSS 26.00 :

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		319
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.77587208
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.035
	Negative	-.045
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : hasil olah data spss 26.00 (2024)

Temuan data di atas dengan perolehan signifikansi $0,060 > 0,05$, artinya residual normal distribusinya.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser diterapkan untuk melakukan penentuan heteroskedastisitas; apabila $\text{Sig.} \geq 0,05$ hal ini sebagai indikasi tidak terlihat adanya gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Tabel 10 menampilkan perolehan uji heteroskedastisitas :

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.054	1.475		1.392	.165
	Perceived Value (X1)	-.037	.022	-.093	-1.661	.098
	Customer Satisfaction (X2)	.072	.037	.110	1.955	.052

a. Dependent Variable: Abs Res

Sumber : hasil olah data spss 26.00 (2024)

Dari Tabel 10 terlihat variabel *perceived value* (X1) yang nilai Sig nya 0,098 hal ini dapat diartikan tidak adanya gejala heteroskedastisitas, dan pada variabel *customer satisfaction* (X2) yang nilai Sig nya 0,052 dapat dikatakan tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas pada model regresi penentuannya mengacu pada nilai tolerance atau nilai VIF. Tabel 11 menampilkan tidak adanya multikolinearitas apabila tolerance $\leq 0,10$ atau nilai VIF < 10 :

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.981	1.020
	X2	.981	1.020

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil olah data spss 26.00 (2024)

Dari Tabel 11 terlihat nilai tolerance untuk variabel *perceived value* yang besarnya 0,981 dan nilai VIF yang besarnya 1,020, dan untuk nilai tolerance variabel *customer satisfaction* yang besarnya 0,981 dan nilai VIF yang besarnya 1,020. Hal ini sebagai indikasi tidak adanya multikolinearitas.

d. Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 12. Hasil Uji Linear Berganda Uji t

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.769	2.429		3.198	.002
	X1	.086	.037	.129	2.319	.021
	X2	.203	.061	.186	3.346	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil olah data spss 26.00 (2024)

Data yang diperoleh koefisien regresi untuk variabel *perceived value* (X1) dengan angka 0.086 dan perolehan nilai Sig 0,021 < 0,05 dan variabel *customer satisfaction* (X2) dengan angka 0,203 dan perolehan nilai Sig 0,001 < 0,05. Dengan demikian, nilai *revisit intention* akan naik 0,086 untuk setiap kenaikan satu satuan nilai variabel nilai *perceived value* dan kenaikan 0,203 untuk setiap satuan nilai variabel *customer satisfaction*.

Tabel 13. Hasil Uji Linear Berganda Uji F

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	210.828	2	105.414	7.347	.001b
	Residual	4533.793	316	14.347		
	Total	4744.621	318			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : hasil olah data spss 26.00 (2024)

Dari nilai F hitung yang diperoleh ialah 7.347 dengan nilai Sig yang besarnya 0,001 < 0,05. Variabel *perceived value* (X1) dan variabel *customer satisfaction* (X2) memberikan pengaruh terhadap *revisit intention* (Y) secara simultan. Tabel 13 menampilkan seberapa besar pengaruh yang timbul antara variabel *perceived value* (X1) dan *customer satisfaction* (X2) terhadap *revisit intention* (Y) :

Tabel 13. Hasil R. Square

Model Summaryb				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.211a	.044	.038	3.788

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil olah data spss 26.00 (2024)

Dari Tabel 13 terlihat perolehan R Square yang besarnya 0,044, dapat diartikan pengaruh variabel *perceived value* (X1) dan *customer satisfaction* (X2) dengan persentase 4,4% terhadap *revisit intention* (Y), dan persentase lainnya sebagai dampak dari faktor-faktor lainnya.

2. Pembahasan

a. *Perceived Value*

Temuan penelitian memaparkan bahwa 319 responden variabel *perceived value* masuk pada kategori baik dengan perolehan rata-rata nilai (mean) berbantuan SPSS 26.00 memperlihatkan angka 34,96, dengan rentang $33,335 \leq 40,005$ dan persentase 44%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived value* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya sudah sesuai, karena pengunjung merasakan beberapa manfaat yang ada di tempat wisata tersebut dengan biaya yang sudah pengunjung keluarkan baik dari harga produk yang terjangkau, serta pelayanan yang baik di Alinia Farm and Park Resort. Meskipun sudah sesuai dengan teori, *Perceived Value* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya dapat ditingkatkan dengan sangat lebih baik lagi seperti mengkaji ulang kebutuhan pengunjung, memperhatikan akses jalan menuju tempat wisata tersebut untuk diperbaiki dan dirawat, serta memperhatikan produk-produk yang dijual sesuai dengan biaya yang sudah dikeluarkan oleh pengunjung dan memelihara fasilitas yang tersedia supaya pengunjung dapat terus merasakan manfaatnya supaya nilai yang dirasakan oleh pengunjung dapat membuat mereka berkunjung kembali.

Perceived value mengacu pada pendapat Kristanto dalam Siry (2015) merupakan penilaian pelanggan setelah mempertimbangkan kelebihan dibandingkan kekurangannya. *Perceived Value* diperoleh dari nilai yang dirasakan saat memakai produk, kualitas, layanan dan harga dari penilaian pengunjung mengenai suatu produk atau layanan. *Perceived Value* bukan hanya tentang harga, tetapi juga tentang nilai, kualitas keunggulan, dan keunikan dan manfaat yang dirasakan.

b. *Customer Satisfaction*

Temuan penelitian tersebut dipakai untuk menjelaskan mengapa 319 responden variabel *customer satisfaction* dengan persentase 44% masuk kategori baik mengacu pada rata-rata nilai (mean) yang diolah dengan SPSS 26.00 yang besarnya 30.89 dengan rentang pada $26.665 \leq 31.995$. Jadi, kesimpulannya *customer satisfaction* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya sudah sesuai, pengalaman positif dan kesan yang didapatkan oleh pengunjung selama berkunjung sesuai dengan harapan/ ekspektasi dari pengunjung, seperti pelayanan yang cepat, karyawan yang responsif, pelayanan dan produk sesuai dengan yang diharapkan. Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya sudah menyediakan fasilitas yang

lengkap dan produk-produk yang disediakan memadai. Meskipun sudah sesuai dengan kategori yang ditetapkan, Customer Satisfaction di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya dapat ditingkatkan dengan sangat lebih baik lagi, dengan memperhatikan kembali apa yang dibutuhkan oleh pengunjung dan menerima masukan dari pengunjung. Meningkatkan kembali tingkat pelayanan, kesesuaian produk dan ketepatan waktu dalam melakukan pelayanan. Jika yang dirasakan pengunjung melebihi ekspektasi maka pengunjung akan senang dan mau merekomendasikan tempat wisata tersebut dan kembali berkunjung.

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kepuasan wisatawan sebagai kepuasan atau ketidakpuasan yang dialami seseorang ketika mereka membandingkan harapan mereka dengan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari suatu barang atau jasa. Customer Satisfaction adalah rasa puas pelanggan terhadap suatu produk atau pelayanan yang dirasakan dan mencakup persepsi pelanggan terhadap sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan.

c. *Revisit Intention*

Temuan penelitian memaparkan bahwa 319 responden variabel *revisit intention* masuk kateg baik dan perolehan rata-rata nilai (mean) dengan berbantuan SPSS 26.00 yang besarnya 17,03, dengan interval $16,665 \leq 19,995$ dan persentasenya 33%. Jadi, kesimpulannya *revisit intention* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya sudah sesuai. adapun hal yang memicu pengunjung untuk berkunjung kembali ke Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya yaitu, biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung cukup sesuai dengan fasilitas yang di dapatkan oleh pengunjung, serta pengalaman pengunjung selama di tempat wisata tersbut membuat pengung berniat berkunjung kembali. Meski sudah dinilai baik ada beberapa fasilitas yang perlu ditingkatkan doleh pihak manajemen supaya Alinia Farm and Park Resort menjadi lebih baik lagi yaitu memperhatikan *perceived value* di Alinia Farm and Park Resort salah satunya memperbaiki dan merawat akses jalan menuju tempat wisata tersebut supaya pengunjung senang dan memiliki niat untuk datang kembali ke lokasi wisata tersebut.

Setyo (2016) memaparkan bahwa keinginan seseorang untuk datang kembali asalnya dari pengalaman mereka sebelumnya dengan kualitas layanan yang ditawarkan di tempat tujuan mereka dalam negara atau wilayah yang sama. Niat untuk kembali mengacu pada perilaku atau tindakan yang diperlihatkan pengunjung

sebagai respons terhadap suatu barang yang mengakibatkan keinginan mereka untuk kembali dalam jangka waktu tertentu.

d. Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Revisit Intention*

Perolehan uji hipotesis memperlihatkan variabel *perceived value* dalam penelitian ini pengaruhnya signifikan terhadap *revisit intention* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya. Hal ini mengartikan bahwa semakin baik nilai *perceived value* maka Tingkat *revisit intention* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya kian meningkat. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya, dimana dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa variabel *perceived value* pengaruhnya signifikan terhadap *revisit intention*. Penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu dari Anggraini, Wulansari. (2024) “Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Revisit Intention* di Daya Tarik Wisata Linggai Park Maninjau Kabupaten Agam ” yang menunjukkan bahwa *perceived value* memberikan dampak positif serta signifikan terhadap *revisit intention*.

e. Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Revisit Intention*

Perolehan uji hipotesis memperlihatkan bahwa variabel *customer satisfaction* dalam penelitian ini memberikan dampak signifikan terhadap *revisit intention* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya. Hal ini bisa dimaknai dengan semakin baik *customer satisfaction* maka tingkat *revisit intention* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya kian mengalami peningkatan. Temuan penelitian ini memperkuat hasil penelitian terdahulu, dimana dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa variabel *customer satisfaction* pengaruhnya signifikan terhadap *revisit intention*. Penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu oleh Samosir, R., & Wulandari, D. P. (2024) “Pengaruh *Customer Satisfaction* Dan *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Di Fave Hotel Olo Padang” yang memperlihatkan bahwa *customer satisfaction* memberikan dampak positif serta signifikan terhadap *revisit intention*.

f. Pengaruh *Perceived Value* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Revisit Intention*

SPSS 26.00 dimanfaatkan dalam pengujian hipotesis untuk menentukan seberapa besar pengaruh *perceived value* dan *customer satisfaction* terhadap *revisit intention* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya. Perolehan F hitung ialah 7.347 dengan Sig. yang besarnya $0,001 < 0,05$. Maka variabel *perceived value* (X1) dan variabel *customer satisfaction* (X2) memberikan dampak yang signifikan terhadap variabel *revisit intention* (Y), maknanya dilakukan penerimaan hipotesis (H1), X1

dan X2 secara simultan memberikan dampak terhadap Y, diikuti dengan koefisien regresi variabel X1 dengan angka 0,086 dan perolehan Sig. $0,021 < 0,05$ dan variabel X2 dengan koefisien regresi yang besarnya 0,203, dan perolehan Sig. $0,001 < 0,05$, setiap terjadinya pertambahan 1 satuan variabel *perceived value* akan memberikan pengaruh 0,086 *revisit intention* dan masing-masing pertambahan 1 satuan variabel *customer satisfaction* akan memberikan pengaruh 0,203 *revisit intention*. Kemudian didapat nilai R Square senilai 0,44, maka adanya pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y yang besarnya 4,4%, dan untuk sisanya sebagai dampak dari faktor-faktor lainnya, disimpulkan bahwa penelitaian H_a diterima. Masithoh, D., & Widiartanto, W. (2020). Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya, dimana Pengaruh *Perceived Quality* Dan *Perceived Value* Terhadap *Revisit Intention* Melalui *Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Destinasi Wisata Museum Kretek Kudus) yang mengemukakan adanya dampak yang signifikan dan positif.

D. PENUTUP

Data dari penelitian yang dilaksanakan di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya mengenai *perceived value* dan *customer satisfaction* sehubungan dengan *revisit intention*. Penelitian ini mendapat 319 tanggapan, sehingga dilakukan peninjauan dan diakhiri sebagai berikut :

1. *Perceived Value* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya secara menyeluruh dari pernyataan 319 responden sehingga variabel *perceived value* masuk kategori baik yang rata-rata nilainya (*mean*) 34,96 dan persentasenya 44% dan banyaknya responden 140 orang. Terlihat para tamu memberi nilai baik pada fasilitas yang disediakan pihak manajemen.
2. *Customer Satisfaction Value* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya secara menyeluruh dari 319 responden yang memberikan pernyataan dapat dikatakan variabel *customer satisfaction* masuk kategori baik yang rata-rata nilainya (*mean*) 30,89 dan persentasenya 44% dan banyaknya responden 144 orang.
3. *Revisit Intention* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya secara menyeluruh dari 319 responden yang memberikan pernyataan dapat dikatakan variabel *revisit intention* masuk kategori baik yang rata-rata nilainya (*mean*) 17,03 dan persentasenya 33% dan banyaknya responden 105 orang

Dengan demikian pengaruh *perceived value* dan *customer satisfaction* terhadap *revisit intention* di Alinia Farm and Park Resort Dharmasraya bisa terlihat. Perolehan F hitung ialah 7.347 dengan Sig. yang besarnya $0,001 < 0,05$. Maka variabel *perceived value* (X1) dan variabel *customer satisfaction* (X2) memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel *revisit intention* (Y), maknanya dilakukan penerimaan hipotesis (H1), X1 dan X2 secara simultan memberikan pengaruh terhadap Y. Lalu perolehan R Square dengan angka 0,44 jadi pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y ialah 4,4% dan untuk sisanya sebagai pengaruh dari faktor lainnya .

DAFTAR PUSTAKA

- Chotimah, S. (2019). Pengaruh *perceived value* terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction* pada pengunjung Jawa Timur Park 1 Batu (studi pada wisatawan Jatim Park 1 Batu Jl. Kartika No. 2 Kota Batu) (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kristanto, Harris. 2015. Keadilan Organisasional, Komitmen Organisasional, Dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.17, No. 1, Maret 2015: 86–98.
- Nabila, A. N. L., & Armida, A. (2020). Pengaruh *Customer Perceived Value* Dan *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Pada Objek Wisata. *Jurnal Ecogen*, 3(3), 477-487.
- Pratminingsih, S. A., Rudatin, C. L., dan Rimenta, T. (2014). Roles of motivation and destination image in predicting tourist revisit intention: A case of.
- Riri Anggraini, & Nidia Wulansari. (2024). Pengaruh *Perceived Value* Terhadap *Revisit Intention* Di Daya Tarik Wisata Linggai Park Maninjau Kabupaten Agam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 114-125.
- Samosir, R., & Wulandari, D. P. (2024). Pengaruh *Customer Satisfaction* Dan *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Di Fave Hotel Olo Padang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 3(1), 136-146.
- Setyo Ferry Wibowo, Adnan Sazali, Agung Kresnamurti Rivai. 2016. The Influence Of Destination Image And Tourist Satisfaction Toward *Revisit Intention* Of Setu Babakan Betawi Cultural Village. *Jurnal riset manajemen sains (JRMSI)*, Vol 7, No. 1, 2016.
- Somad, Rismi dan Priansa, Donni juni. (2014). *Manajemen Komunikasi, Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: ALFABETA