

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* TERHADAP  
*BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI  
*PERCEIVED VALUE* DAN *WORD OF*  
*MOUTH* PADA PENGUNJUNG  
KEBUN BINATANG  
SURABAYA**



**OLEH:  
EVAN MARCELLINO GENDRA  
3103015237**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019**

PENGARUH *DESTINATION IMAGE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* DAN *WORD OF MOUTH* PADA PENGUNJUNG KEBUN BINATANG SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

OLEH:  
EVAN MARCELLINO GENDRA  
3103015237

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2019

# HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *DESTINATION IMAGE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* DAN *WORD OF MOUTH* PADA PENGUNJUNG KEBUN BINATANG SURABAYA

Oleh:

EVAN MARCELLINO GENDRA

3103015237

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

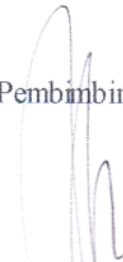
Pembimbing I,



(Dr. Tuty Lindawati, S.E., M.M.)

Tanggal: 14-1-2019

Pembimbing II,



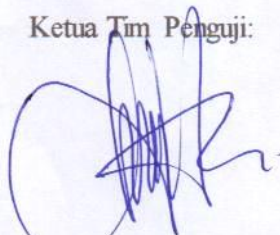
(Dra. Ec. Arini, MM.)

Tanggal: 15/1/2019

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: **Evan Marcellino Gendra NRP 3103015237**  
Telah diuji pada tanggal 24 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Tuty Lindawati, S.E., M.M.

NIK. 311.97.0297

Mengetahui:

Dekan  
  
Dr. Lodoyicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit, SE., M.Sc.

NIK. 311.11.0678

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya  
Mandala

Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : EVAN MARCELLINO GENDRA

NRP : 3103015237

Judul Skripsi : **PENGARUH DESTINATION IMAGE TERHADAP  
BEHAVIORAL INTENTION MELALUI PERCEIVED  
VALUE DAN WORD OF MOUTH PADA  
PENGUNJUNG KEBUN BINATANG SURABAYA**

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (digital library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Januari 2019

Yang menyatakan

  
(..Evan Marcellino G..)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada keluarga kudus Tuhan Yesus, Bunda Maria, dan Santo Yosep atas anugrah yang telah dilimpahkan. Perlindungan, berkat, rahmat yang telah diberikan sehingga penulis bisa menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Destination Image* Terhadap *Behavioral Intention* Melalui *Perceived Value* Dan *Word Of Mouth* Pada Pengunjung Kebun Binatang Surabaya”. Dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Selain itu, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bpk. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Bpk. Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Tuty Lindawati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan yang sangat berguna dan ide cemerlang yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Ec. Arini, MM. selaku dosen pembimbing yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna.
5. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam banyak hal.
6. Papah Getap, Mamah Iien dan Kakak Juan yang dengan penuh kesabaran dan cinta yang terus mendukung dan memberi dorongan serta menguatkan supaya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

7. Kawan-kawan Manajemen UKWMS dan sahabat saya, Bobby, Dodo, Ronaldo yang selalu mendukung dan saling memberi semangat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, pikiran, kemampuan dan tenaga yang saya miliki. Sehingga dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik guna pengembangan selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan penulisan pada skripsi ini.

Surabaya, 14 Januari 2019



Evan Marcellino Gendra

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSCTRACT.....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.4 Rerangka Konseptual.....	26
2.4.1 Model Penelitian.....	26
2.4.2 Hipotesis.....	26
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Identifikasi Variabel, Devinisi Operasional, dan Pengukuran Variabel...27	27
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	32
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan.....	33
3.6 Teknik Analisis Data .....	34



BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.2 Deskripsi Data.....	40
4.3. Hasil Analisis Data.....	45
4.4 Pembahasan.....	52
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	56
5.2 Keterbatasan.....	57
5.3 Saran.....	57
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung Kebun Binatang Surabaya.....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	21
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.4. Derajat Penilaian Rata-Rata Setiap Variabel.....	40
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Destination Image</i> (DI).....	41
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> (PV).....	42
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	43
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Behavior Intention</i> (BI).....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Data Univariat.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Data Multivariat.....	46
Tabel 4.11 Evaluasi Model Keseluruhan.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> .....	49
Tabel 4.14 <i>Structural Equation</i> .....	50
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis.....	51

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Two step Flow Model</i> .....	14
Gambar 2.2 <i>Multi step Flow Model</i> .....	15
Gambar 2.3 Model <i>consumer behavior</i> .....	19
Gambar 2.4 Rerangka Konseptual .....	26

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Tabel Deskripsi
- Lampiran 4. Output Perlis
- Lampiran 5. Output Lisrel

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh citra tempat wisata terhadap minat untuk berperilaku melalui mediasi nilai yang di dapat dan komunikasi mulut ke mulut pada pengunjung Kebun Binatang Surabaya. Kebun binatang Surabaya merupakan salah satu tempat wisata yang menjadi *icon* dan andalan kota Surabaya. Seiring berjalannya waktu banyak kejadian yang menimpa KBS sehingga citra nya di kalangan masyarakat Indonesia, bahkan dunia menjadi buruk. Akan tetapi, pihak KBS dan pemerintah Surabaya mulai melakukan perbaikan besar – besaran terhadap KBS dari tahun 2014 hingga sekarang. *Destination image* merupakan faktor penting yang mempengaruhi *behavioral intention* masyarakat. Hal ini juga didukung dengan nilai – nilai apa saja yang didapatkan pengunjung KBS dan bagaimana citra KBS berkembang di benak masyarakat. *Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel berjumlah 150 responden yaitu pria dan wanita. Pengumpulan data melalui kuisiner *online*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *SEM (structural equation modeling)*.

Hasil pengujian menunjukkan *destination image* memiliki pengaruh terhadap *perceived value*. *Destination image* memiliki pengaruh terhadap *word of mouth*. *Perceived value* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. *word of mouth* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. *Destination image* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* melalui *perceived value* dan *word of mouth*.

Kata kunci: *Destination image, perceived value, word of mouth, behavioral intention*

**THE EFFECT OF DESTINATION IMAGE ON BEHAVIORAL INTENTION  
TROUGH PERCEIVED VALUE AND WORD OF MOUTH  
ON KEBUN BINATANG SURABAYA VISITORS**

**ABSTRACT**

This research aims to analyse the effect of destination image on behavioral intention through perceived value and word of mouth on Kebun Binatang Surabaya visitors. Kebun Binatang Surabaya is one of the attractions that become the icon and mainstay of the city of Surabaya. Over time many events have befallen KBS so that its image among the Indonesian people, even the world becomes worse. However, KBS and the Surabaya government began to make major improvements to KBS from 2014 to the present. Destination image is an important factor that influences people's behavioral intention. This is also supported by what values KBS visitors get and how the image of KBS develops in people's minds. The sampling used in this study is nonprobability sampling and sampling using purposive sampling technique. The total amount of sample is 150 respondents namely men and women. Data collection through online questionnaires. The data analysis technique in this study is SEM (structural equation modeling).

The test results show that destination image has an influence on perceived value. Destination image has an influence on word of mouth. Perceived value has no influence on behavioral intention. Word of mouth has an influence on behavioral intention. Destination image has an influence on behavioral intention through perceived value and Word of mouth.

Keywords: Destination image, perceived value, word of mouth, behavioral intention

