

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KONTROL PERILAKU,
PERSEPSI NILAI , DAN SIKAP TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG KEMBALI *GEN Z* JAKARTA KE
DUFAN; KEPUASAN MENJADI MEDIASI**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : CLARISSA ANATASYA

NPM : 115210176

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2024

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KONTROL PERILAKU,
PERSEPSI NILAI , DAN SIKAP TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG KEMBALI *GEN Z* JAKARTA KE
DUFAN; KEPUASAN MENJADI MEDIASI**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : CLARISSA ANATASYA

NPM : 115210176

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RU

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : CLARISSA ANATASYA
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210176
Program Studi : S1 JURUSAN MANAJEMEN
Alamat : Taman Semanggi Indah Blok F5 No 16, Jalan Dharma Ruri
2, 11660 Telp : 54382014
HP. : 081291110210

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, 3 Desember 2024



CLARISSA ANATASYA

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.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : CLARISSA ANATASYA
NIM : 115210176
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN BISNIS
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERSEPSI KONTROL PERILAKU, PERSEPSI
NILAI, DAN SIKAP TERHADAP NIAT BERKUNJUNG
KEMBALI *GEN Z* JAKARTA KE DUFAN; KEPUASAN
MENJADI MEDIASI

Jakarta, 30 November 2024

Pembimbing,



(Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

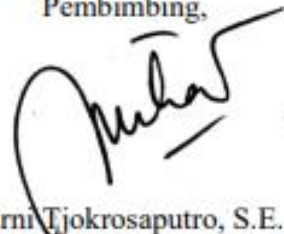
NAMA : CLARISSA ANATASYA
NIM : 115210176
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN BISNIS
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERSEPSI KONTROL PERILAKU,
PERSEPSI NILAI, DAN SIKAP TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG KEMBALI *GEN Z* JAKARTA KE
DUFAN; KEPUASAN MENJADI MEDIASI

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 16 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A.
2. Anggota Penguji : Richard Andrew, S.E., M.M.

Jakarta, 7 Januari 2025

Pembimbing,



(Dr. Miharni Ejokrosaputro, S.E., M.M.)

ABSTRACT

- (A) CLARISSA ANATASYA (115210176)
- (B) *THE INFLUENCE OF PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL, PERCEIVED VALUE, AND ATTITUDE ON REVISIT INTENTION OF GEN Z IN JAKARTA TO DUFAN; SATISFACTION BECOMES A MEDIATION*
- (C) XVI, 99 pages, 34 tables, 4 pictures, 5 attachments
- (D) **MARKETING MANAGEMENT**
- (E) *Abstract: In the city of Jakarta, there are various mainstay tourist destinations that can be visited. Dunia Fantasi (Dufan) located in the Ancol area, Jakarta is one of the largest and most famous amusement parks in Indonesia. Dufan has various rides and attractions that attract many visitors every year. This study aims to determine the influence of perceived behavioral control, perceived value, and attitude as independent variables, satisfaction as a mediating variable on the intention to revisit Dufan. This study uses a quantitative approach. The population in this study is gen z in Jakarta. The sampling technique in this study used nonprobability sampling with a purposive sampling method. Data were obtained through questionnaires distributed via google form with a total of 250 respondents. This study uses structural equation modeling (SEM) data analysis techniques with the help of SmartPLS 4.0 software. The results showed that perceived behavioral control and attitude had a negative effect on the intention to revisit, perceived value had a positive and significant effect on the intention to revisit, then perceived behavioral control, perceived value, and attitude had a positive and significant effect on satisfaction. Satisfaction has a positive and significant effect on the intention to revisit, satisfaction does not mediate the relationship between perceived behavioral control and intention to revisit, satisfaction partially mediates the relationship between perceived value and intention to revisit, and satisfaction fully mediates the relationship between attitude and intention to revisit.*
- (F) *Keywords: Perceived Behavioral Control, Perceived Value, Attitude, Satisfaction, Revisit Intention.*
- (G) *Reference (1975 – 2024)*
- (H) *Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.*

ABSTRAK

- (I) CLARISSA ANATASYA (115210176)
- (J) PENGARUH PERSEPSI KONTROL PERILAKU, PERSEPSI NILAI, DAN SIKAP TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI GEN Z JAKARTA KE DUFAN; KEPUASAN MENJADI MEDIASI
- (K) XVI, 99 halaman, 34 tabel, 4 gambar, 5 lampiran
- (L) MANAJEMEN PEMASARAN
- (M) Abstrak: Di kota Jakarta, terdapat beragam destinasi wisata andalan yang dapat dikunjungi. Dunia Fantasi (Dufan) yang terletak di kawasan Ancol, Jakarta merupakan salah satu taman hiburan terbesar dan terkenal di Indonesia. Dufan memiliki berbagai wahana dan atraksi yang menarik banyak pengunjung setiap tahunnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kontrol perilaku, persepsi nilai, dan sikap sebagai variabel independen, kepuasan sebagai variabel mediasi terhadap niat berkunjung kembali Dufan. Penelitian ini menggunakan pendekatan yang bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah *gen z* di Jakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan melalui *google form* dengan jumlah responden sebanyak 250. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *structural equation modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku dan sikap berpengaruh negatif terhadap niat berkunjung kembali, persepsi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali, lalu persepsi kontrol perilaku, persepsi nilai, dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali, kepuasan tidak memediasi hubungan persepsi kontrol perilaku terhadap niat berkunjung kembali, kepuasan memediasi secara parsial hubungan persepsi nilai terhadap niat berkunjung kembali, dan kepuasan memediasi secara penuh hubungan sikap terhadap niat berkunjung kembali.
- (N) Kata Kunci: Persepsi Kontrol Perilaku, Persepsi Nilai, Sikap, Kepuasan, Niat Berkunjung Kembali.
- (O) Referensi (1975 – 2024)
- (P) Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.

HALAMAN MOTTO

“He can make a way where there is no way”

Isaiah 41:10

"So do not fear, for I am with you; do not be dismayed for I am your God. I will strengthen you and help you; I will uphold you with my righteous right hand"

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dipersembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu setia menemani penulis dalam menyelesaikan studi ini. Terima kasih karena selalu memberi kekuatan, mujizat, dan selalu menolong saat penulis berada di titik terendah. Terima kasih sudah menjadi tempat pengharapan penulis satu - satunya. Hanya Yesus penolong yang setia
2. Kedua orang tua penulis, Papa dan Mama. Kedua orang tua penulis menjadi alasan penulis untuk tetap bertahan dalam menjalani seluruh proses, karena penulis sadar bahwa penulis bisa sampai di titik ini karena jerih payah dan doa orang tua. Skripsi ini adalah persembahan untuk mu dari anak tunggalmu.
3. Kepada diri saya sendiri, Clarissa Anatasya. Terima kasih karena sudah bertahan atas segala ketakutan dan air mata. Terima kasih sudah terus berusaha dan melangkah maju bersama Yesus Kristus. Berbanggalah kepada diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala Rahmat, kasih dan karunia-Nya yang dicurahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku, Persepsi Nilai, dan Sikap Terhadap Niat Berkunjung Kembali *Gen Z* Jakarta ke Dufan; Kepuasan Menjadi Mediasi.”

Selama penyusunan skripsi, penulis banyak mendapatkan dukungan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat selesai. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Miharni Tjokosaputro, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membantu, memberi bimbingan, dan nasihat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Slamet, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen, asisten dosen, dan staf yang telah mengajar dan memberi ilmu selama perkuliahan.
5. Sahabat penulis, Ayu Rosyana dan Cindy Elvina, yang selalu menemani di setiap proses perkuliahan, dan menjadi tempat bercerita.
6. Teman-teman yang saling membantu dan saling menguatkan selama perkuliahan.
7. Keluarga yang selalu mendukung dan memberi doa tanpa henti.

Meskipun sudah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pihak yang membaca.

Jakarta, 7 Desember 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Clarissa' followed by a stylized surname.

Clarissa Anatasya

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	6
3. Batasan Masalah	7
4. Rumusan Masalah	7
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan	8
2. Manfaat	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Gambaran Umum Teori.....	10
B. Definisi Konseptual Variabel	11
1. Persepsi kontrol perilaku	11
2. Persepsi Nilai	11
3. Sikap	12

4. Kepuasan.....	12
5. Niat berkunjung kembali	12
C. Kaitan Antara Variabel-variabel	13
1. Kaitan persepsi kontrol perilaku terhadap niat berkunjung kembali	13
2. Kaitan persepsi nilai terhadap niat berkunjung kembali.....	13
3. Kaitan sikap terhadap niat berkunjung kembali	14
4. Kaitan persepsi kontrol perilaku terhadap kepuasan	14
5. Kaitan persepsi nilai terhadap kepuasan	15
7. Kaitan kepuasan terhadap niat berkunjung kembali	15
8. Kaitan persepsi kontrol perilaku terhadap niat berkunjung kembali di mediasi oleh kepuasan	16
9. Kaitan persepsi nilai terhadap niat berkunjung kembali di mediasi oleh kepuasan	16
10. Kaitan sikap terhadap niat berkunjung kembali di mediasi oleh kepuasan	16
D. Penelitian Terdahulu	17
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Desain Penelitian	26
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	26
1. Populasi.....	26
2. Teknik Pemilihan Sampel.....	26
3. Ukuran Sampel	27
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	27
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	31
1. Validitas	32
2. Reliabilitas	36
E. Analisis Data	37
1. Path Coefficient	37
2. R Square (R^2).....	37
3. Predictive Relevance (Q^2).....	38
4. Effect Size (F^2)	38

5. Goodness of Fit (GoF)	38
6. Uji Hipotesis	38
7. Uji Mediasi	39
F. Asumsi Analisis Data.....	39
1. Uji Multikolinearitas.....	39
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
A. Definisi Subjek Penelitian	40
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	41
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	42
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	43
B. Deskripsi Objek Penelitian.....	43
1. Persepsi Kontrol Perilaku	44
2. Persepsi Nilai	45
3. Sikap	46
4. Kepuasan.....	47
5. Niat Berkunjung Kembali.....	48
C. Hasil Analisis Data	48
1. <i>Path Coefficient</i>	49
2. <i>R-Square (R^2)</i>	49
3. <i>Predictive Relevance (Q^2)</i>	50
4. <i>Effect Size (F^2)</i>	50
5. <i>Goodness of Fit (GoF)</i>	51
6. Uji Hipotesis	51
7. Uji Mediasi	56
D. Hasil Asumsi Analisis Data	57
E. Pembahasan	57
BAB V PENUTUP	64

A. Kesimpulan	64
B. Keterbatasan dan saran.....	64
1. Keterbatasan penelitian.....	64
2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Pegukuran Skala Likert.....	27
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Persepsi Kontrol Perilaku	28
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Persepsi Nilai	28
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Sikap	29
Tabel 3. 5 Operasionalisasi Variabel Kepuasan	30
Tabel 3. 6 Operasionalisasi Variabel Niat Berkunjung Kembali.....	31
Tabel 3. 7 Hasil Analisis <i>Loading Factor (Outer Loading)</i> Awal.....	32
Tabel 3. 8 Hasil Analisis <i>Loading Factor (Outer Loading)</i> Akhir.....	33
Tabel 3. 9 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	34
Tabel 3. 10 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	35
Tabel 3. 11 Hasil Analisis <i>Fornell Larker</i>	36
Tabel 3. 12 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	36
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	41
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	42
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Domisili.....	43
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kontrol Perilaku.....	44
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Nilai	45
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Sikap.....	46
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan.....	47
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Niat Berkunjung Kembali	48
Tabel 4. 13 Hasil Analisis <i>Path Coefficient</i>	49
Tabel 4. 14 Hasil Analisis <i>R Square (R²)</i>	49

Tabel 4. 15 Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	50
Tabel 4. 16 Hasil Analisis <i>Effect Size</i> (F^2)	50
Tabel 4. 17 Hasil Analisis <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	51
Tabel 4. 18 Hasil Analisis <i>Path Coefficient</i> dan <i>P-value</i>	52
Tabel 4. 19 Rangkuman Hasil Hipotesis	55
Tabel 4. 20. Hasil Analisis Mediasi	56
Tabel 4. 21 Hasil Analisis Multikolinearitas	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Data Pengunjung Wisata Bermain Ancol 2021-2023	1
Gambar 1. 2. Foto Antrian Dufan	3
Gambar 1. 3. Pengunjung Dufan 4 tahun terakhir	4
Gambar 2. 1. Model Penelitian	24
Gambar 4. 1. Hasil uji metode bootstraping	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner	71
Lampiran 2: Hasil Tanggapan Responden.....	77
Lampiran 3: Hasil Pengolahan SmartPLS	93
Lampiran 4: Daftar Riwayat Hidup	96
Lampiran 5: Hasil Pemeriksaan Turnitin.....	97

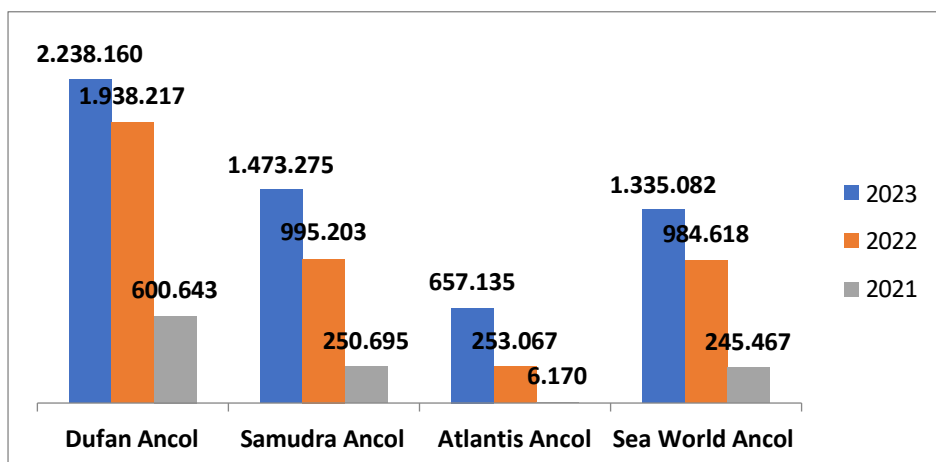
BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia karena memiliki peran utama dalam menghasilkan devisa negara, sektor ini turut menyokong produk domestik bruto (PDB) sebesar 4,1% di tahun 2023 (Anggela, 2024). Di kota Jakarta sendiri, terdapat beragam destinasi wisata andalan yang dapat dikunjungi seperti Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah, Ragunan, dan Monumen Nasional. Berdasarkan hasil data yang didapat dari Badan Pusat Statistik, kunjungan wisatawan ke destinasi wisata Jakarta paling banyak berkunjung ke Taman Impian Jaya Ancol dengan total kunjungan sebesar 13.012.020 juta pada tahun 2022 (Statistik, 2022). Kunjungan ke Taman Impian Jaya Ancol ini didominasi oleh kunjungan ke Dufan. Dunia Fantasi (Dufan) yang terletak di kawasan Ancol, Jakarta merupakan salah satu taman hiburan terbesar dan terkenal di Indonesia. Dufan memiliki berbagai wahana dan atraksi yang menarik banyak pengunjung setiap tahunnya.



Gambar 1. 1. Data Pengunjung Wisata Bermain Ancol 2021-2023

Sumber: [Annual Report \(ancol.com\)](https://www.ancol.com/annual-report) Tahun 2023 Oleh PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk.

Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan tahunan Ancol, terjadi peningkatan jumlah pengunjung dari empat destinasi rekreasi utama di Ancol (Dufan, Samudra, Atlantis, dan *Sea World*) selama periode 2021 hingga 2023. Dufan Ancol mencatat peningkatan signifikan dari 600.643 pengunjung pada 2021 menjadi 2.238.160 pengunjung pada 2023, dengan lonjakan terbesar terjadi antara 2021 dan 2022 (Pembangunan Jaya Ancol Tbk, 2023).

Ketenaran Dufan menjadi daya pikat bagi pengunjung salah satunya bagi generasi z. Generasi z merupakan individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012. Generasi z memiliki peran penting terhadap niat berkunjung kembali suatu destinasi seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk generasi z di Indonesia. Berdasarkan hasil data sensus penduduk yang didapat dari Badan Pusat Statistik, pada tahun 2020 penduduk Indonesia didominasi oleh generasi z sebesar 27,94% dari total penduduk sejumlah 270,2 juta jiwa (Statistik, 2020). Di kota Jakarta sendiri hampir separuh penduduk Jakarta merupakan gen z yaitu sebesar 23% (Santosa, 2024).

Ciri khas dari generasi ini adalah memiliki keterkaitan yang tinggi dengan hal yang berbau digitalisasi maupun teknologi, sehingga ini mampu memberikan pengaruh mereka terhadap preferensi maupun perilaku mereka saat melakukan wisata (Amelia & Prasetyo, 2023). Adanya keeratan hubungan Gen Z dengan teknologi menjadikan mereka cenderung memiliki karakteristik dalam mencari pengalaman yang unik dengan daya tarik visual dan hiburan yang menciptakan kebahagiaan, sebagaimana Dufan menjadi destinasi yang relevan. Selain karena menjadi generasi yang memiliki hubungan erat dengan dunia teknologi, Generasi Z juga tepat untuk dijadikan objek penelitian dikarenakan gen z memiliki sikap yang realistis dan mampu menyampaikan apa yang mereka rasakan secara kritis (Arum et al., 2023). Hal ini menjadikan generasi z memiliki peran penting yang mampu mempengaruhi industri pariwisata, dengan demikian dapat menjadi sorot penting bagi para pemangku kepentingan bidang pariwisata. Dengan peran ini juga, generasi z mampu dikatakan sebagai penerus dalam memajukan pariwisata di Indonesia (Kurniasari et al., 2024).

Meskipun Dufan telah lama berdiri dan memiliki nama besar, persaingan di industri pariwisata semakin ketat dengan munculnya berbagai destinasi hiburan baru, baik di dalam maupun luar negeri. Dalam sektor pariwisata, niat berkunjung kembali menjadi salah satu indikator penting dalam mengevaluasi keberhasilan suatu destinasi atau tempat usaha dalam menarik dan mempertahankan pelanggan (Abbiyyu et al., 2023). Wisatawan kemungkinan akan melakukan kunjungan kembali ke lokasi wisata yang memberi mereka pengalaman yang menyenangkan atau mengesankan (Juliana et al., 2023). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Abbasi et al., (2021) niat berkunjung kembali dipengaruhi oleh persepsi kontrol perilaku, persepsi nilai, citra destinasi, dan kepuasan.

Persepsi baik pengunjung terhadap Dufan mempengaruhi niat berkunjung kembali. Untuk meningkatkan persepsi baik tersebut Dufan memberikan kenyamanan dalam menggunakan layanan. Dufan memberikan atap agar pengunjung tidak kepanasan. Menurut Sitaniapessy (2023) persepsi kontrol perilaku merujuk pada persepsi manusia tentang kemampuan mereka untuk melakukan suatu perilaku. Pengunjung yang merasa memiliki kendali atas pengalaman mereka akan lebih cenderung merasa puas dan mempertimbangkan untuk kembali mengunjungi taman hiburan tersebut.



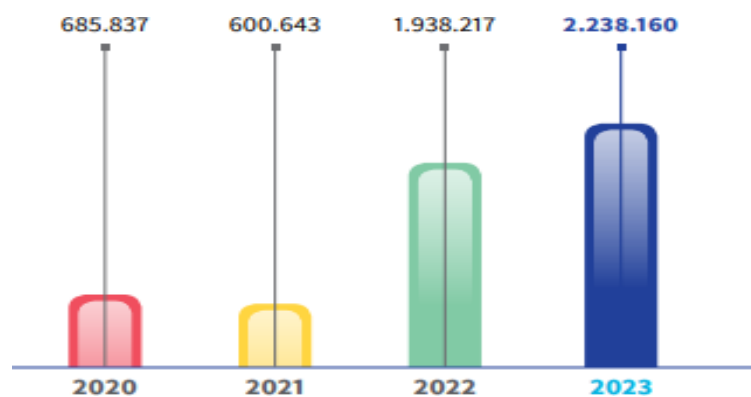
Gambar 1. 2. Foto Antrian Dufan

Sumber: [Okezone Travel](https://okezone.travel) dan detik.com diakses pada 17 September 2024

Waktu antre di Dufan sering menjadi perhatian penting bagi pengunjung, terutama pada saat-saat ramai seperti akhir pekan dan hari libur. Antrean yang panjang di wahana-wahana populer dapat mengurangi kenyamanan dan waktu yang bisa dihabiskan untuk menikmati berbagai atraksi lainnya. Untuk mengatasi hal ini, Dufan telah menerapkan beberapa langkah untuk mengurangi

waktu tunggu, seperti menyediakan fasilitas *Fast Track* yang memungkinkan pengunjung melewati antrian reguler dengan biaya tambahan, serta meningkatkan sistem manajemen antrian.

Meskipun antrian di Dufan sering kali menjadi tantangan, jumlah pengunjungnya terus meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dibawah ini dari tahun 2020–2023 pengunjung Dufan mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik dan kualitas wahana yang ditawarkan tetap mampu memikat minat wisatawan.



Gambar 1. 3. Pengunjung Dufan 4 tahun terakhir

Sumber: [Annual Report \(ancol.com\)](https://www.ancol.com/annual-report) Tahun 2023 Oleh PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk.

Penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Safitri (2024) menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali pada tempat wisata. Namun hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Langga (2021) yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh negatif terhadap niat berkunjung kembali. Penelitian ini bertujuan untuk memperjelas hubungan antara persepsi kontrol perilaku dan niat berkunjung kembali pada Dufan, mengingat adanya hasil penelitian yang berbeda antara Lestari & Safitri (2024) yang menemukan efek positif, dan Langga (2021), yang menemukan pengaruh negatif.

Di sisi lain, persepsi nilai yang dirasakan oleh pengunjung juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan untuk kembali. Untuk memberikan nilai lebih bagi pengunjung, Dufan menyediakan kemudahan dan kenyamanan

dalam mengakses fasilitas seperti *Free Wifi*, *Charger Point*, Toilet bersih disetiap kawasan dan wahana, *Baby Care Room*, Mushola dan Masjid, P3K dan *Ambulance* (Ancol, 2020). Nilai yang tinggi akan dirasakan ketika pengunjung merasa bahwa pengalaman yang mereka dapatkan sepadan atau bahkan melebihi ekspektasi mereka terhadap harga tiket dan fasilitas yang tersedia. Pada penelitian yang dilakukan oleh Saragih et al., (2022) variabel persepsi nilai memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kunjungan kembali, sedangkan penelitian Manoppo & Santosa (2023) menyatakan bahwa persepsi nilai tidak berpengaruh signifikan terhadap niat kunjungan kembali.

Kenyamanan yang diberikan Dufan dan semua fasilitas yang disediakan oleh Dufan tentu saja meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah bentuk perasaan yang timbul dalam benak konsumen ketika membeli atau menggunakan jasa yang dikonsumsi (Chotimah & Wahyudi, 2019). Chotimah & Wahyudi (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap niat kunjungan kembali. Namun, menurut Fatimah & Mulyono (2024) kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap niat kunjungan kembali.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah sikap. Dufan menunjukkan sikap yang bersahabat dengan menanggapi pertanyaan atau komentar pengunjung di *platform* digital secara responsif, memberikan informasi yang jelas, serta mempromosikan acara-acara menarik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Safitri (2024) niat mengunjungi kembali tempat wisata dipengaruhi oleh peranan sikap wisatawan. Namun, pada penelitian Abbasi et al., (2021) sikap tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali ke tempat wisata.

Adanya kontradiksi dalam hasil penelitian terdahulu terkait masing-masing variabel terhadap niat berkunjung kembali membuat peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang hubungan tersebut kepada Dufan mengenai persepsi kontrol perilaku, persepsi nilai, dan sikap terhadap niat berkunjung kembali dilihat dari sisi pandang *Theory of Planned Behaviour*, maka judul yang hendak diteliti oleh peneliti ialah “Pengaruh persepsi kontrol perilaku, persepsi

nilai, dan sikap terhadap niat berkunjung kembali Dufan: kepuasan menjadi mediasi”.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah jabarkan, maka masalah baru dapat diidentifikasi. Beberapa masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Pengunjung mungkin memiliki persepsi yang berbeda tentang nilai yang mereka terima dibandingkan dengan harga tiket dan fasilitas yang tersedia.
- b. Ketidaksesuaian antara fenomena antrean di Dufan dengan niat berkunjung kembali.
- c. Terdapat perbedaan dalam penelitian sebelumnya mengenai bagaimana persepsi kontrol perilaku, persepsi nilai, dan sikap berpengaruh terhadap niat mereka untuk kembali.
- d. Terdapat perbedaan dalam penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat berkunjung kembali.
- e. Penelitian sebelumnya tidak membahas mengenai bagaimana persepsi kontrol perilaku, persepsi nilai, dan sikap berpengaruh pada kepuasan dan niat mereka untuk kembali yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.
- f. Bagaimana Dufan bisa mempertahankan kepuasan pengunjung di tengah persaingan yang semakin ketat?
- g. Apakah persepsi nilai yang dirasakan pengunjung sesuai dengan harga tiket dan fasilitas yang disediakan di Dufan?
- h. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali pada *Gen Z*?
- i. Persepsi nilai yang dirasakan oleh pengunjung Dufan cenderung beragam, sehingga penting untuk mengidentifikasi dampaknya terhadap kepuasan pengunjung.
- j. Perbedaan dalam penelitian sebelumnya mengenai bagaimana persepsi kontrol perilaku, persepsi nilai, dan sikap memengaruhi niat pengunjung

untuk kembali, memperlihatkan adanya kebutuhan analisis lebih mendalam.

- k. Ketidaksesuaian antara fenomena antrean di Dufan dengan tingkat niat berkunjung kembali menunjukkan pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat kunjungan kembali belum optimal.
- l. Ketatnya persaingan di industri rekreasi membuat Dufan perlu meningkatkan kepuasan pengunjung dengan memahami pengaruh persepsi kontrol perilaku, persepsi nilai, dan sikap terhadap kepuasan.

3. Batasan Masalah

Masalah ini dibatasi dalam batasan masalah agar pembahasan tidak terlalu luas seperti berikut:

- a. Subjek penelitian yang digunakan dibatasi hanya kepada generasi z yang pernah berkunjung ke Dufan. Dufan dipilih karena merupakan salah satu taman hiburan terbesar di Jakarta.
- b. Objek penelitian masalah yang diteliti hanya mencakup persepsi kontrol perilaku, persepsi nilai, dan sikap terhadap niat berkunjung kembali; kepuasan sebagai variabel mediasi (Abbasi et al., 2020).

4. Rumusan Masalah

- a. Apakah persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan?
- b. Apakah persepsi nilai berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan?
- c. Apakah sikap berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan?
- d. Apakah persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap kepuasan ke Dufan?
- e. Apakah persepsi nilai berpengaruh positif terhadap kepuasan ke Dufan?
- f. Apakah sikap berpengaruh positif terhadap kepuasan ke Dufan?

- g. Apakah kepuasan berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan?
- h. Apakah persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan melalui kepuasan?
- i. Apakah persepsi nilai berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan melalui kepuasan?
- j. Apakah sikap berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan melalui kepuasan?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui apakah persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan.
- b. Untuk mengetahui apakah persepsi nilai memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan.
- c. Untuk mengetahui apakah sikap memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan.
- d. Untuk mengetahui apakah persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan.
- e. Untuk mengetahui apakah persepsi nilai memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan.
- f. Untuk mengetahui apakah sikap memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan.
- g. Untuk mengetahui apakah kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan.
- h. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan yang dimediasi oleh kepuasan.
- i. Untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan yang dimediasi oleh kepuasan.
- j. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap niat berkunjung kembali ke Dufan yang dimediasi oleh kepuasan.

2. Manfaat

Manfaat dari diadakannya penelitian ini terbagi menjadi dua kategori yaitu teoritis dan praktis yang akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pada Teori Perilaku yang Direncanakan dengan menambah pemahaman tentang bagaimana persepsi kontrol perilaku, persepsi nilai, dan sikap mempengaruhi niat kunjungan kembali. Hal ini dapat memperkaya teori tentang kepuasan sebagai variabel mediasi dalam konteks pariwisata atau rekreasi.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan dan informasi kepada Dufan dan industri sejenis tentang bagaimana persepsi kontrol perilaku, persepsi nilai, dan sikap berhubungan dengan niat kunjungan kembali, sehingga Dufan dapat meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang ditawarkan untuk menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan dan mendorong pengunjung untuk kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Singh, K. (2020). Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311.
<https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>
- Abbiyyu, M. D., Amanda, S., Yusna, T., & Wulandari, D. P. (2023). Analisis Minat Berkunjung Kembali Generasi Z ke Objek Wisata Mifan Waterpark Pada Masa Adaptasi Kebiasaan Baru. *Nawasena Jurnal Ilmiah Pariwisata*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56910/nawasena.v2i1.677>
- Aji, G. (2022). *LANDMARK “MONUMEN YOGYA KEMBALI” STUDI MOTIVASI, PENGAMBILAN KEPUTUSAN, DAN KEPUASAN PENGUNJUNG*.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
<https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Amelia, V., & Prasetyo, D. (2023). Manfaat Literasi Digital Generasi Z sebagai Preferensi Tujuan Wisata dan Promosi Pariwisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 377. <https://doi.org/https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1282>
- Anggela, N. (2024). Target Kontribusi PDB Pariwisata 4,6% di Era Prabowo-Gibran, Realistis?. <https://ekonomi.bisnis.com/>
- Anggraini, V., Sadat, A., & Monoarfa, T. (2023). The Effect of Perceived Value and Tourist Experience on Revisit Intention through Customer Satisfaction as Mediation Variables in Tourism Village. In *International Journal of Current Economics & Business Ventures* (Vol. 1, Issue 3).
<https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb>
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. In *Accounting Student Research Journal* (Vol. 2, Issue 1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Baghirov, F., Bozbay, Z., & Zhang, Y. (2023). Individual factors impacting tourist satisfaction and revisit intention in slow tourism cities: an extended model. *International Journal of Tourism Cities*. <https://doi.org/10.1108/IJTC-05-2023-0094>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2020). *EIGHTH EDITION Research Methods for Business A Skill-Building Approach*.
- Cho, H., Joo, D., Moore, D. W., & Norman, W. C. (2019). Sport tourists’ nostalgia and its effect on attitude and intentions: A multilevel approach. *Tourism Management Perspectives*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100563>
- Chotimah, S., & Wahyudi, H. D. (2019). *PENGARUH PERCEIVED VALUE*

TERHADAP REVISIT INTENTION: MEDIASI CUSTOMER SATISFACTION
PADA PENGUNJUNG JAWA TIMUR PARK I BATU.

<https://doi.org/10.17977/um042v24i1p1-11>

- Damanik, J., & Jusuf, M. (2021). *Effects of perceived value, expectation, visitor management, and visitor satisfaction on revisit intention to Borobudur Temple, Indonesia*. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.1950164>
- Derizal, Haryono, J., Lasut, F., Djati, S., & Nurbaeti. (2023). ANALISIS PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA LEMBAH HARAU KABUPATEN LIMA PULUH KOTA. 9(1), 150–163. <https://doi.org/https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v9i1.1635>
- Erul, E., & Woosnam, K. (2022). *Explaining Residents' Behavioral Support for Tourism through Two Theoretical Frameworks*. <https://doi.org/10.1177/0047287520987619>
- Fatimah, S., & Mulyono, F. (2024). PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP REVISIT INTENTION DIMEDIASI OLEH WORD OF MOUTH DI RESTORAN X DI KOTA BANDUNG. *Jurnal EK&BI*, 7, 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i1.1342>
- Frimayasa, A., Lawu, S., Syamsudin. (2019). PENGARUH FASILITAS TEMPAT WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA DUNIA FANTASI (DUFAN) TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL JAKARTA.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A PRIMER ON PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM) Third Edition*.
- Huda, N., Suryoko, S., & Waloejo, H. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PENGUNJUNG HORTIMART AGRO CENTER BAWEN). <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34405>
- Huu, T., Ngoc, H., Dai, L., Thu, D., Truc, L., & Trong, L. (2024). Effect of tourist satisfaction on revisit intention in Can Tho City, Vietnam. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2322779>
- Irsyadi, N., & Andriani, N. (2024). *The Influence Of Tourist Experience On Interest In Visiting Again Through Mediation Of Customer Satisfaction On The Beach Nine District Gili Gending Sumenep District*. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i1.3779>
- Jonathan, S., & Tjokrosaputro, M. (2022). *The Effect of Attitude, Health Consciousness, and Environmental Concern on the Purchase Intention of Organic Food in Jakarta*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.086>
- Juliana, J., Sianipar, R., Lemy, D. M., Pramezwary, A., Pramono, R., & Djakasaputra, A. (2023). Factors Influencing Visitor Satisfaction and Revisit Intention in Lombok Tourism: The Role of Holistic Experience, Experience Quality, and Vivid Memory.

- International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(8), 2503–2511.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18280/ijstdp.180821>
- Juwanda, V., & Widyastuti, D. (2023). Dampak Kepuasan Pengunjung sebagai Mediasi antara Hubungan Experiential Marketing terhadap Revisit Intention (studi kasus pada pariwisata di Pantai Carocok dan Kawasan Mandeh)
<https://doi.org/10.36782/jemi.v6i2.2430>
- Kurniasari, K. K., Perdana, B. E., Putra, R. A., & Iban, C. (2024). Persepsi Generasi Z Terhadap Pariwisata Berkelanjutan Pada Destinasi Budaya: Studi Kasus Borobudur. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 8(1), 12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jpt.95415>
- Langga, K. (2021). ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK WISATA DI PANTAI NEMBRALA KABUPATEN ROTE NDAO.
<https://doi.org/10.46837/journey.v4i1.72>
- Lestari, A. P. D., & Safitri, W. (2024). Pengaruh Peranan Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavior Control Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Studi Kasus pada Wisata Central Park Meikarta Cikarang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 3292–3305. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.2010>
- Malhotra, N. (2020). *Marketing Research an applied orientation Seventh Edition*.
- Manoppo, S., & Santosa, S. (2023). PENGARUH DESTINATION IMAGE, DESTINATION SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE TERHADAP REVISIT INTENTION DENGAN TOURIST SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Wisata Taman Nasional Bunaken). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 12(10).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/41788>
- Martalia, D., Sudiarta, I., & Manada, I. (2022). PENGARUH PENGALAMAN TERHADAP KEPUASAN DAN NIAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN NUSANTARA PADA MASA PANDEMI DI TAMAN NASIONAL BALURAN. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2022.v09.i01.p06>
- Masithoh, D., & Widiartanto. (2020). PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP REVISIT INTENTION MELALUI SATISFACTION. SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. IX*. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28945>
- Nabila, A., & S, A. (2020). *Pengaruh Customer Perceived Value dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention pada Objek Wisata The Great Wall of Koto Gadang*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v3i3.9910>
- Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. (2022). PENGARUH FASILITAS WISATA, DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA PANTAI UJONG BLANG LHOKSEUMAWE. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.861>

- Pembangunan Jaya Ancol Tbk, P. (2023). *Laporan Tahunan Annual Report*.
- Prastiwi, A. (2021). *Laporan Tahunan Annual Report*. PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DIMEDIASI KEPUASAN WISATAWAN.
- Rasoolimanesh, S. M., Iranmanesh, M., Seyfi, S., Ari Ragavan, N., & Jaafar, M. (2023). Effects of perceived value on satisfaction and revisit intention: Domestic vs. international tourists. *Journal of Vacation Marketing*, 29(2), 222–241. <https://doi.org/10.1177/13567667221086326>
- Rizky, M., & Ratnasari, K. (2023a). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM NASIONAL INDONESIA JAKARTA PUSAT. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.248>
- Rosid, M. M. (2024). *Adventure Destinations In Indonesia: The Function Of Perceived Value, And Effect On Visitor Experience And Revisit Intention*. <https://doi.org/https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i1.1045>
- R, Basiya., & Rozak, H. (2012). KUALITAS DAYATARIK WISATA, KEPUASAN DAN NIAT KUNJUNGAN KEMBALI WISATAWAN MANCANEGARA DI JAWA TENGAH.
- Saefudin, M., Wulan, T., Savira, & Juansah, D. (2023). *TEKNIK PENGUMPULAN DATA KUANTITATIF DAN KUALITATIF PADA METODE PENELITIAN*. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/jp.v8i3.12005>
- Santosa, L. W. (2024, July 9). *Hampir separuh penduduk Jakarta kini generasi milenial dan gen Z*. <https://www.antaranews.com>
- Saragih, M., Aditi, B., & Suyar, A. (2022). Perceived Value, Kepuasan dan Revisit Intention Wisatawan pada Lokasi Wisata. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 253–258. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1717>
- Selva, S., & Andini, D. (2023). PENGARUH DIMENSI DIMENSI NILAI YANG DIPERSEPSIKAN TERHADAP MINAT KUNJUNGAN KEMBALI WISATAWAN DI LOMBOK DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING <https://doi.org/10.53952/jir.v11i1.472>
- Shatnawi, H. S., Alawneh, K. A., Alananzeh, O. A., Khasawneh, M., & Masa'Deh, R. (2023). THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH, DESTINATION IMAGE, AND TOURIST SATISFACTION ON UNESCO WORLD HERITAGE SITE REVISIT INTENTION: AN EMPIRICAL STUDY OF PETRA, JORDAN. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 53(4), 1390–1399. <https://doi.org/10.30892/gtg.50420-1138>
- Sitaniapessy, A. (2023). Penerapan Theory Planned Behavior Dalam Memprediksi Revisit Intention Lokasi Wisata di Pulau Ambon. In *Journal Management* (Vol. 22, Issue 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33557/mbia.v22i2.2500>

- Soliman, M. (2021). Extending the Theory of Planned Behavior to Predict Tourism Destination Revisit Intention. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 22(5), 524–549. <https://doi.org/10.1080/15256480.2019.1692755>
- Statistik, B. P. (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, INDONESIA, Tahun 2020*. <https://sensus.bps.go.id>
- Statistik. (2023). Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Unggulan Menurut Lokasi di DKI Jakarta, 2022 <https://jakarta.bps.go.id/>
- Sukaesih, U., & Mizwan. (2020). ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS WISATAWAN MENGUNJUNGI DESTINASI WISATA PULAU HARAPAN DI KEPULAUAN SERIBU JAKARTA. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v3i1.41>
- Susanto, P., Arini, D., Yuntina, L., Soehaditama, J., & Nuraeni. (2024). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Tjokrosaputro, M., Ekawati, S., Keni, K., & Puspitowati, I. (2023). *Membangun Kepuasan dan Loyalitas wisata kultural di Indonesia*.
- Yin, J., Zheng, X., & Ni, Y. (2024). Psychological effects of perceived crowding on time displacement behavior: mediating roles of perceived control loss and negative emotion, moderated by perceived waiting time. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06161-8>
- Zhang, D., Lin, Y., & Zhang, H. (2023). *The Relationship Among Perceived Value, Tourist Satisfaction, and Citizenship Behaviors: The Difference Between Overnight Tourists and Non-overnight Tourists*. https://doi.org/10.1007/978-3-031-34589-0_14