

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA DESTINASI DAN  
KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT  
BELI ULANG PADA DEPOT SE'I  
BABI BAUN**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**



**OLEH**

**YENER ALFA FUNAY**  
**NIM: 32115092**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2019**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh tim pembimbing Fakultas  
Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Kupang.....2019

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Drs. E. Gaudensius Djuang, MM  
NIDN: 0808015901

  
Rosadalima Tisu, SE, MM  
NIDN: 0825078305

Kupang.....2019

Ketua Program Studi Manajemen,

  
Rosadalima Tisu, SE, MM  
NIDN: 0825078305

## LEMBARAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh panitia ujian skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : Sabtu, 22 Juni 2019

Jam : 07.30 – 10.00

Tempat : Ruang Dosen Magister Manajemen

Atas Nama : Yener Alfa Funay

No. Registrasi : 32115092

Dinyatakan : Lulus

### PANITIAN PENGUJIAN SKRIPSI

1. Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM
2. Sekretaris : Rosadalima Tisu, SE, MM
3. Penguji I : Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM
4. Penguji II : Dr. Stanis Man, SE, MSi
5. Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

MENGETAHUI

  
**Dekan Fakultas  
Ekonomika dan Bisnis**  
**Jon Sewa Adrinus, SE, MM**  
NIDN : 0809055901

  
**Ketua Program Studi  
Manajemen**  
**Rosadalima Tisu, SE, MM**  
NIDN : 0825078305

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada TUHAN Yang Maha Kuasa atas segala berkatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh persepsi kualitas, citra destinasi, dan komunikasi *word of mouth* terhadap minat beli ulang pada Depot Se’i Babi Baun “. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Dengan demikian semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya, dan masyarakat pembaca pada umumnya.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, mengarahkan dan memberikan dorongan bagi penulis hingga tersusunnya Tugas Akhir ini. Penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor beserta Staf Pimpinan Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan kesempatan kepada saya dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas ini.
2. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu penulis dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang
3. Ketua dan Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan kesempatan dan masukan atau ide kepada penulis

4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku dosen pembimbing I sekaligus penguji III, dan ketua panitia ujian skripsi yang sudah membimbing dan memberikan masukan atau ide untuk penulis.
5. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku dosen pembimbing II sekaligus sekretaris panitia ujian skripsi yang sudah membimbing dan memberikan masukan atau ide untuk penulis.
6. Bapak Penguji I Bapak Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM yang telah memberikan masukan kepada penulis.
7. Bapak Dr. Stanis Man, SE, M.Si selaku penguji II, yang telah memberikan masukan kepada penulis.
8. Seluruh dosen pengajar dan pegawai Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu penulis mendapatkan informasi dan urusan kampus.
9. Kedua orang tua tercinta, adik, serta seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa pada saya.
10. Semua pihak yang terlibat dan memberikan dukungan kepada saya.

Akhirnya penulis berharap dengan penulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Kupang .....2019

penulis

## **MOTTO**

Untuk Mendapatkan Kesuksesan, Keberanianmu harus lebih besar  
dari ketakutanmu.

## **PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini saya persembahkan untuk :**

1. Ayah tercinta Alfons Funay, yang telah memberikan kasih sayang hingga saya dewasa, slalu mendoakan dan mendukung saya untuk menjalani hidup sesuai keinginan.
2. Ibu tercinta Feronika Funay, yang telah memberikan kasih sayang hingga saya dewasa, slalu mendoakan dan mendukung saya untuk menjalani hidup sesuai keinginan.
3. Adik Riska Funay dan Tirsia Funay, serta keluarga besar saya yang telah memberikan kasih sayang hingga saya dewasa, slalu mendoakan dan mendukung saya untuk menjalani hidup sesuai keinginan.

## ABSTRAK

Yener Alfa Funay (32115092) “Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Destinasi dan Komunikasi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang Pada Depot Se’i Babi Baun”. Di bawah bimbingan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku pembimbing II.

Jumlah konsumen yang berkunjung pada Depot Se’i Babi Baun tahun 2018 mengalami fluktuasi, yang diduga disebabkan kualitas se’i babi yang dianggap sama dengan yang ada di Kota Kupang. Wisatawan yang ke Baun tidak semata untuk makan se’i babi tetapi untuk melihat pemandangan dan kurangnya komunikasi *word of mouth*. Rumusan masalah adalah bagaimana persepsi konsumen tentang persepsi kualitas, citra destinasi, komunikasi *word of mouth* dan minat beli ulang, serta apakah persepsi kualitas, citra destinasi, dan komunikasi *word of mouth* secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Depot Se’i Babi Baun.

Populasi adalah semua konsumen yang membeli ulang pada Depot Se’i Babi Baun. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, sehingga sampel ditentukan dengan menggunakan jumlah indikator dikalikan dengan angka 7 yaitu 105 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan tehnik *accidental sampling*. Data yang diperoleh, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif, data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Data diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial (regresi linear berganda).

Hasil analisis deskriptif diperoleh jawaban responden terhadap variabel persepsi kualitas sebesar 83,2% dengan kategori baik sedangkan citra destinasi 85,8%, dan komunikasi *word of mouth* 86% keduanya dalam kategori sangat baik. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:  $Y = 0,221X_1 + 0,243X_2 + 0,246X_3$ . Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas, citra destinasi, dan komunikasi *word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Depot Se’i Babi Baun. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas, citra destinasi, dan komunikasi *word of mouth* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Depot Se’i Babi Baun. Koefisien determinasi sebesar 0,291 hal ini berarti 29,1% variabel minat beli ulang dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kualitas, citra destinasi, dan komunikasi *word of mouth*, sedangkan sisanya 70,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Disarankan kepada Depot Se’i Babi Baun agar mempertahankan dan meningkatkan persepsi kualitas dalam hal ini kualitas produk yang lezat, gurih, empuk berbeda dari yang lainnya. Depot Se’i Baun perlu menambahkan fasilitas-fasilitas seperti furniture, layout ruangan dan menjaga kebersihan agar menimbulkan citra destinasi yang positif. Kualitas rasa produk perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar mendorong komunikasi *word of mouth*.

**Kata Kunci:** Persepsi kualitas, citra destinasi, komunikasi *word of mouth* dan minat beli ulang.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS .....</b>	<b>9</b>
A. Pemasaran .....	9
B. Perilaku Konsumen.....	10
C. Minat Beli Ulang.....	13
D. Persepsi Kualitas.....	16
E. Citra Destinasi.....	20



F. Komunikasi <i>Word Of Mouth</i> .....	22
G. Penelitian Terdahulu.....	25
H. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	27
I. Hipotesis Penelitian.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
C. Jenis Data.....	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran.....	33
F. Uji Coba Instrumen Penelitian.....	35
G. Teknik Analisis Data.....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
A. Karakteristik Responden.....	46
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	50
C. Analisis Data.....	52
D. Pembahasan.....	65
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1</b> Data Pengunjung Pada Depot Se'i Babi Baun Tahun 2018.....	5
<b>Tabel 3.1</b> Definisi Operasional Variabel.....	34
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likert.....	35
<b>Tabel 4.1</b> Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
<b>Tabel 4.2</b> Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	47
<b>Tabel 4.3</b> Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
<b>Tabel 4.4</b> Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
<b>Tabel 4.5</b> Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	49
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	51
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	52
<b>Tabel 4.8</b> Persepsi Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas.....	53
<b>Tabel 4.9</b> Persepsi Responden Terhadap Variabel Citra Destinasi.....	54
<b>Tabel 4.10</b> Persepsi Responden Terhadap Variabel Komunikasi <i>WOM</i> .....	55
<b>Tabel 4.11</b> Persepsi Responden Terhadap Variabel Minat Beli Ulang.....	56
<b>Tabel 4.12</b> Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Parsial (Uji t).....	62
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Simultan (Uji F).....	63
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	64

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran.....	29
<b>Gambar 4.1</b> Uji Normalitas.....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner Peneliti.....	74
Lampiran 2 Analisis deskriptif variabel persepsi kualitas.....	78
Lampiran 3 Analisis deskriptif variabel citra destinasi.....	80
Lampiran 4 Analisis deskriptif variabel komunikasi <i>WOM</i> .....	83
Lampiran 5 Hasil uji validitas variabel minat beli ulang.....	85
Lampiran 6 Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel persepsi kualitas.....	88
Lampiran 7 Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel citra destinasi.....	89
Lampiran 8 Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel komunikasi <i>WOM</i> .....	90
Lampiran 9 Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel minat beli ulang.....	91
Lampiran 10 Hasil uji asumsi klasik.....	92
Lampiran 11 Hasil analisis regresi linear berganda dan uji t.....	94
Lampiran 12 Hasil uji F.....	94
Lampiran 13 Hasil uji koefisien determinasi.....	94