

***REVISIT INTENTION WISATAWAN THAILAND: PENGARUH
HISTORICAL STORYTELLING, MEDIASI DESTINATION IMAGE DAN
PERCEIVED VALUE SERTA MODERASI PLACE ATTACHMENT***

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan mencapai Derajat Sarjana

Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Sharlene Theondra

NPM: 220326640

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**REVISIT INTENTION WISATAWAN THAILAND: PENGARUH *HISTORICAL STORYTELLING*, *MEDIASI DESTINATION IMAGE* DAN *PERCEIVED VALUE*,
MODERASI *PLACE ATTACHMENT***

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh:

Sharlene Theondra

NPM: 220326640

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 4 Juni 2026

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Sebagai salah satu pernyataan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Th. Diah Widiastuti, S.E., M.Si.



Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.

Yogyakarta, 12 Juni 2026

**Dekan fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

SKRIPSI
***REVISIT INTENTION WISATAWAN THAILAND: PENGARUH
HISTORICAL STORYTELLING, MEDIASI DESTINATION IMAGE DAN
PERCEIVED VALUE, SERTA MODERASI PLACE ATTACHMENT***



Disusun oleh:
Sharlene Theondra
NPM: 220326640

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing,

Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.

9 Juni 2026

PERNYATAAN

Saya yang bertanda dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Revisit Intention Wisatawan Thailand: Pengaruh Historical Storytelling, Mediasi Destination Image dan Perceived Value Serta Moderasi Place Attachment

Merupakan hasil karya yang ditulis oleh saya sendiri baik pernyataan, ide, kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain akan dinyatakan secara tertulis dalam skripsi penelitian ini pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik sebagian maupun keseluruhan dalam skripsi ini maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya akan mengembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 18 Mei 2026
yang menyatakan,



Sharlene Theondra

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul: ***“Revisit Intention Wisatawan Thailand: Pengaruh Historical Storytelling, Mediasi Destination Image dan Perceived Value Serta Moderasi Place Attachment”*** disusun dengan tujuan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah menjadi jawaban atas segala kesusahan dan kebingungan dalam kondisi apa pun, serta mengarahkan dan menemani penulis selama pengerjaan tugas akhir ini.
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan tempat kepada penulis untuk berproses serta dapat berdinamika dalam menempuh Pendidikan Sarjana Manajemen.
3. Bapak Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A., yang berbesar hati mendampingi dalam proses penyusunan skripsi dengan sabar, respon yang sangat cepat dan masukan-masukan skripsi yang mudah dipahami bagi penulis, serta mendukung dan memberikan semangat selama penelitian.
4. Papa, Mama, Adik, dan keluarga yang selalu menyertai penulis dengan doa yang terbaik dan mendukung penulis tanpa henti, baik dengan doa, kasih sayang, serta dukungan tiada henti, pengingat penulis, dan pemberi semangat paling besar.
5. Teman-teman seperjuangan yang saling menyemangati dan mendukung menguatkan sebagai sesama mahasiswa akhir yang mengerjakan tugas akhir.

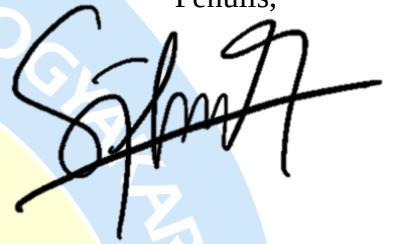
6. Teman-teman BPM yang telah menjadi teman seperjuangan selama perkuliahan berjalan, yang selalu memberikan semangat dan mendukung langkah-langkah penulis.
7. Teman-teman Ababwa Nadya, Tiara, Anggita, Kezia, Sylvia, Helen, Cindy, Laura, Vania, Shintia, dan Jasmine yang telah menemani, mendukung, dan menyemangati penulis selama sekolah dan perkuliahan, baik saat penulis sedang berada di masa senang maupun sulit, serta menjadi tempat bagi penulis untuk pulang dan beristirahat.
8. Jennisa Yulia, Winanta Septrian, dan Tiara Liany yang menjadi teman sekolah, teman satu kos, teman kuliah, dan teman satu rantauan yang telah bersama-sama berjuang di kota rantauan, yang saling mendukung dan menyemangati setiap langkah penulis selama perkuliahan, serta menjadi tempat penulis berkeluh kesah.
9. Olivia Magdalena dan Maria Gracetania yang saling mendukung, menyemangati, menemani, memotivasi, tempat penulis berkeluh kesah, dan teman seperjuangan selama perkuliahan, hingga yang memeluk penulis.
10. Yohana Eryn dan Lintang Maharamya yang telah mendukung satu sama lain, menyemangati, menemani, memotivasi penulis selama penulis mengerjakan skripsi dan menjadi teman seperjuangan selama perkuliahan, hingga memeluk penulis.
11. Andreas Dhika, Angela Leonita, Rutrika Uli, dan Ajeng Perwita, yang telah membantu, memberikan saran, menyemangati, serta memberikan makna mengenai pertemanan di bangku perkuliahan.
12. Drama China *“The Best Thing”* yang sudah memberikan ide untuk membahas topik yang penulis pilih untuk diteliti, yang memotivasi penulis untuk menelusuri topik penelitian ini lebih dalam lagi.
13. CW Coffee & Eatery Seturan Jogja yang telah menjadi tempat bagi penulis untuk belajar dan mengerjakan penelitian ini dari awal penelitian hingga penulis mengikuti ujian pendadaran.
14. Terakhir, untuk penulis sendiri yang telah berjuang dan berhasil berada di tahap akhir sebagai mahasiswa, yang telah berhasil menyelesaikan apa yang

telah dimulai, tetap konsisten dan stabil selama perkuliahan, serta memeluk diri sendiri ketika di masa sulit.

Pada skripsi ini yang luput dengan segala kesalahan tersimpan harapan bagi penulis agar dapat bermanfaat kepada seluruh yang terlibat. Penulis memohon maaf dengan tulis jika terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi.

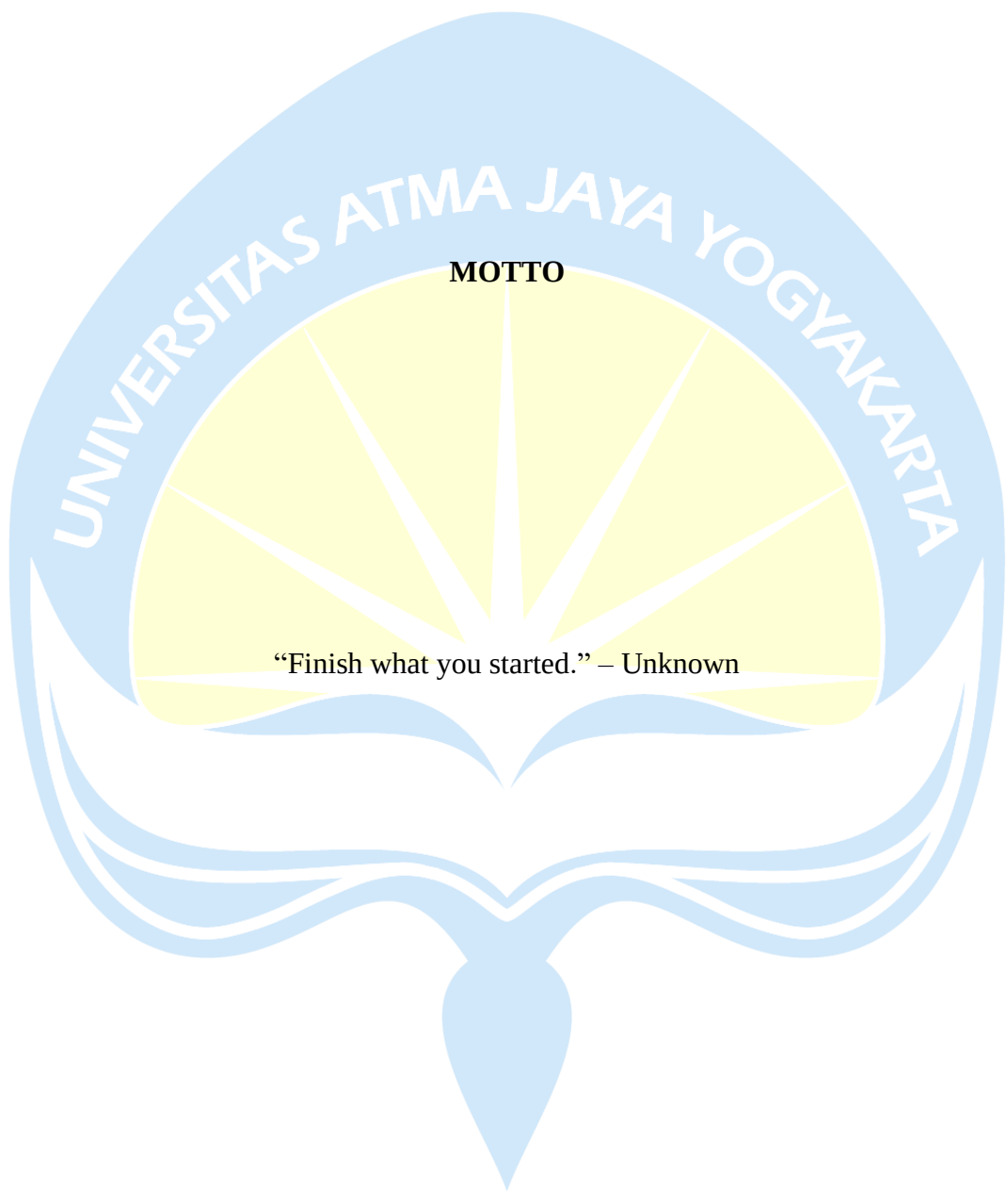
Yogyakarta, 18 Mei 2026

Penulis,



Sharlene Theondra





DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat.....	12
1.5. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Kajian Literatur	16
2.1.1. Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> (SOR).....	16
2.1.2. <i>Historical Storytelling</i>	17
2.1.3. <i>Destination Image</i>	18
2.1.4. <i>Perceived Value</i>	19
2.1.5. <i>Revisit Intention</i>	20
2.1.6. <i>Place Attachment</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Model Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	38
2.3.1 <i>Historical Storytelling</i> berpengaruh terhadap <i>Destination Image</i> , <i>Perceived Value</i> , dan <i>Revisit Intention</i>	38
2.3.2 <i>Destination Image</i> berpengaruh terhadap <i>Revisit Intention</i>	40
2.3.3 <i>Destination Image</i> berpengaruh terhadap <i>Perceived Value</i>	41

2.3.4 <i>Perceived Value</i> berpengaruh terhadap <i>Revisit Intention</i>	42
2.3.5. <i>Destination Image</i> dan <i>Perceived Value</i> memediasi pengaruh <i>Historical Storytelling</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	43
2.3.6. <i>Place Attachment</i> memoderasi pengaruh <i>Historical Storytelling</i> , serta Mediasi <i>Destination Image</i> , dan <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	44
2.4. Kerangka Penelitian.....	46
BAB III.....	48
METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1. Jenis Penelitian	48
3.2. Objek, Subjek dan Tempat Penelitian	49
3.3. Populasi dan Sampel.....	50
3.3.1. Populasi Penelitian.....	50
3.3.2. Sampel Penelitian	50
3.3.3. Teknik Pengumpulan Sampel	52
3.4 Metode Pengumpulan Data	52
3.5. Definisi Operasional Variabel	54
3.6. Metode Pengukuran Data	59
3.7. <i>Face Validity</i>	59
3.8. Metode Analisis Data	63
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif Responden	63
3.8.2. Analisis Statistik Deskriptif Responden Variabel	64
3.8.3. Pengujian Instrumen	65
3.8.4. Uji Validitas.....	68
3.8.5. Uji Reliabilitas	69
3.8.6. Uji Mediasi	70
3.8.7. Metode Analisis	72
3.8.8. Uji Moderasi	74
3.8.9. Uji Mediasi Termoderasi	76
BAB IV	78
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	78
4.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Profil Responden	78
4.1.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Kunjungan Wisatawan Indonesia ke Thailand	78

4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	84
4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Untuk Wisatawan Indonesia dalam berkunjung ke Thailand	85
4.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Untuk Wisatawan Indonesia dalam berkunjung ke Thailand	86
4.1.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Mengunjungi Thailand yang Dilakukan oleh Wisatawan Indonesia	87
4.2. Analisis Deskriptif Variabel	88
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel <i>Historical Storytelling</i>	88
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel <i>Destination Image</i>	89
4.2.3. Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	91
4.2.4. Analisis Deskriptif Variabel <i>Place Attachment</i>	92
4.2.4. Analisis Deskriptif Variabel <i>Revisit Intention</i>	93
4.3. Analisis <i>SmartPLS</i>	95
4.4. Evaluasi Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	96
4.4.1 <i>Outer Loading</i>	96
4.4.2. <i>Discriminant Validity</i>	97
4.4.3. <i>Convergent Validity</i>	100
4.4.4. <i>Composite Reliability</i>	101
4.5. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	101
4.5.1. Pengujian <i>R-Square</i>	101
4.5.2. Pengujian <i>F-Square</i>	102
4.5.3. Pengujian <i>Q-Square</i>	103
4.6. Pengujian Hipotesis	104
4.7. Uji Mediasi	105
4.8. Uji Moderasi	106
4.9. Pembahasan Hasil Penelitian	107
4.9.1. Pengaruh <i>Historical Storytelling</i> Terhadap <i>Destination Image</i> , <i>Perceived Value</i> , dan <i>Revisit Intention</i>	107
4.9.2. Pengaruh <i>Destination Image</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	111

4.9.3. Pengaruh <i>Destination Image</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	113
4.9.4. Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	115
4.9.5. Pengaruh Mediasi <i>Destination Image</i> pada <i>Historical Storytelling</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	117
4.9.6. Pengaruh Mediasi <i>Perceived Value</i> pada <i>Historical Storytelling</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	120
4.9.7. Pengaruh Mediasi <i>Destination Image</i> dan <i>Perceived Value</i> pada <i>Historical Storytelling</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	122
4.9.8. Pengaruh Moderasi <i>Place Attachment</i> pada <i>Historical Storytelling</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	125
4.9.9. Pengaruh Moderasi <i>Place Attachment</i> terhadap <i>Destination Image</i> sebagai Mediasi pada <i>Historical Storytelling</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	127
4.9.10. Pengaruh Moderasi <i>Place Attachment</i> terhadap <i>Perceived Value</i> sebagai Mediasi pada <i>Historical Storytelling</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	130
BAB V.....	133
PENUTUP.....	133
5.1. Kesimpulan.....	133
5.2. Implikasi Manajerial.....	136
5.3. Keterbatasan Penelitian	138
5.4 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	139
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN.....	152

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional	56
Tabel 3.2 Hasil Face Validity.....	61
Tabel 3.3 Interval Kelas	65
Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Historical Storytelling	88
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Destination Image.....	89
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perceived Value	91
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Place Attachment.....	92
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Revisit Intention	94
Tabel 4.6 Hasil Analisis Outer Loading.....	96
Tabel 4.7 Hasil Analisis Discriminant Validity	97
Tabel 4.8 Hasil Analisis Cross Loading.....	98
Tabel 4.9 Hasil Analisis Convergent Validity.....	100
Tabel 4.10 Hasil Analisis Composite Reliability	101
Tabel 4.11 Hasil Analisis Pengujian R-Square	101
Tabel 4.12 Hasil Analisis Pengujian F-Square.....	102
Tabel 4.13 Hasil Analisis Pengujian Q-Square	103
Tabel 4.14 Hasil Analisis Hipotesis	104
Tabel 4.15 Hasil Analisis Mediasi.....	105
Tabel 4.16 Hasil Analisis Moderasi	106
Tabel 4.17 Tabel Path Coefficient Historical Storytelling terhadap Destination Image, Perceived Value, dan Revisit Intention.....	107
Tabel 4.18 Tabel Path Coefficient Destination Image	111
Tabel 4.19 Tabel Path Coefficient Destination Image	113
Tabel 4.20 Tabel Path Coefficient Perceived Value terhadap Revisit Intention	115
Tabel 4.21 Tabel Path Coefficient Mediasi Destination Image pada Historical Storytelling terhadap Revisit Intention	117
Tabel 4.22 Tabel Path Coefficient Mediasi Perceived Value pada Historical Storytelling terhadap Revisit Intention	120

Tabel 4.23 Tabel Path Coefficient Mediasi Destination Image dan Perceived Value pada Historical Storytelling terhadap Revisit Intention	123
Tabel 4.24 Tabel Path Coefficient Moderasi Place Attachment pada Historical Storytelling terhadap Revisit Intention	126
Tabel 4.25 Tabel Path Coefficient Moderasi Place Attachment terhadap Destination Image sebagai Mediasi pada Historical Storytelling terhadap Revisit Intention	127
Tabel 4.26 Tabel Path Coefficient Moderasi Place Attachment terhadap Perceived Value sebagai Mediasi pada Historical Storytelling terhadap Revisit Intention.	130



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan Nasional	2
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan Turis Asing Ke Thailand Tahun 2024-2025	3
Gambar 1.3 Jumlah Wisatawan Indonesia mengunjungi Asia Tenggara	4
Gambar 3.1 Jalur Pengaruh Mediasi	70
Gambar 3.2 Rangka Jenis-Jenis Mediasi dan Non-Mediasi.....	73
Gambar 3.3 Jalur Pengaruh Moderasi	74
Gambar 3.4 Jalur Pengaruh Mediasi Termoderasi	76
Gambar 4.1 Data Jumlah Responden	79
Gambar 4.2 Data Jenis Kelamin.....	80
Gambar 4.3 Data Usia	81
Gambar 4.4 Data Pekerjaan	83
Gambar 4.5 Data Pendidikan Terakhir	84
Gambar 4.6 Data Rata-Rata Pendapatan (Per Bulan).....	85
Gambar 4.7 Data Rata-Rata Pengeluaran (Per Bulan)	86
Gambar 4.8 Data Alasan Mengunjungi Thailand Kembali	87
Gambar 4.9 Model Struktural.....	95
Gambar 4.10 Jalur Pengaruh Historical Storytelling.....	108
Gambar 4.11 Jalur Pengaruh Historical Storytelling.....	108
Gambar 4.12 Jalur Pengaruh Historical Storytelling.....	109
Gambar 4.13 Jalur Pengaruh Destination Image terhadap Revisit Intention	112
Gambar 4.14 Jalur Pengaruh Destination Image terhadap Perceived Value	114
Gambar 4.15 Jalur Pengaruh Perceived Value terhadap Revisit Intention	116
Gambar 4.16 Jalur Pengaruh Mediasi Destination Image pada Historical Storytelling terhadap Revisit Intention	119
Gambar 4.17 Jalur Pengaruh Mediasi Perceived Value pada Historical Storytelling terhadap Revisit Intention	121
Gambar 4.18 Jalur Pengaruh Mediasi Destination Image dan Perceived Value pada Historical Storytelling terhadap Revisit Intention.....	124
Gambar 4.19 Jalur Pengaruh Moderasi Place Attachment pada Historical Storytelling terhadap Revisit Intention	127

Gambar 4.20 Jalur Pengaruh Moderasi Place Attachment terhadap Destination Image Mediasi pada Historical Storytelling terhadap Revisit Intention	129
Gambar 4.21 Jalur Pengaruh Moderasi Place Attachment terhadap Perceived Value sebagai Mediasi pada Historical Storytelling terhadap Revisit Intention	131



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Google Formulir.....	152
Lampiran 2. Penyebaran Kuesioner	160
Lampiran 3. Bukti Penyebaran Kuesioner	171
Lampiran 4. Data Responden dan Jawabannya.....	172
Lampiran 5. Data Responden dan Jawabannya.....	264
Lampiran 6. Olah Data SmartPLS	275
Lampiran 7. Jurnal Acuan Utama	283
Lampiran 8. Hasil Turnitin.....	307



**REVISIT INTENTION WISATAWAN THAILAND: PENGARUH
HISTORICAL STORYTELLING, MEDIASI DESTINATION IMAGE DAN
PERCEIVED VALUE, SERTA MODERASI PLACE ATTACHMENT**

**Sharlene Theondra
220326640**

**Pembimbing,
Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.**

**Departemen Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya perjalanan domestik dan luar negeri yang dilakukan oleh wisatawan Indonesia, salah satunya adalah mengunjungi negara Thailand. Penelitian ini menganalisis pengaruh *historical storytelling*, *destination image* dan *perceived value* sebagai variabel mediasi, dan *place attachment* sebagai variabel moderasi terhadap *revisit intention* dari wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Thailand. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui survei terhadap 300 responden yang sebelumnya pernah mengunjungi Thailand, menggunakan kuesioner Skala Likert 5 poin. Data dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *historical storytelling* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap *destination image*, *perceived value* dan *revisit intention*. *Destination image* memiliki dampak signifikan terhadap *perceived value*, tetapi tidak secara langsung berpengaruh pada *revisit intention* serta terbukti berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *historical storytelling* dan *revisit intention* dengan jenis mediasi lengkap. Di sisi lain, *place attachment* tidak berhasil memoderasi semua hubungan yang diuji dalam penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelola tempat wisata perlu menciptakan konten *historical storytelling* yang berkualitas sebagai strategi utama untuk meningkatkan *perceived value* dan mendorong *revisit intention* dari wisatawan.

Kata Kunci: *Historical Storytelling*, *Destination Image*, *Perceived Value*, *Place Attachment*, *Revisit Intention*, dan Thailand.