

PENENTU *REVISIT INTENTION* UBUD: PENGARUH *CULTURAL IMAGE, TOURIST ATTITUDE, DAN LOCAL FOOD*

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan mencapai Derajat Sarjana

Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Ayu Rai Anggarani

NPM: 220326890

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

2026

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENENTU *REVISIT INTENTION* UBUD: PENGARUH *CULTURAL IMAGE*, *TOURIST*
ATTITUDE, DAN *LOCAL FOOD***



Disusun Oleh:

Ayu Rai Anggarani

220326890

Telah dibaca dan disetujui oleh

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Vonezyo Yupanzara Dharomesz', is written over the printed name.

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

Yogyakarta, 15 Juni 2026

SKRIPSI

**PENENTU REVISIT INTENTION UBUD: PENGARUH CULTURAL IMAGE,
TOURIST ATTITUDE, DAN LOCAL FOOD**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Ayu Rai Anggarani
NPM: 220326890

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal 10 Juli 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji



Nadia Nila Sari, S.E., M.B.A.



Raden Agoeng Bhimasta, S.Kom., MM.



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

Yogyakarta, 21 Juli 2026

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA

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

PERNYATAAN

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

Penentu Revisit Intention Ubud: Pengaruh Cultural Image, Tourist Attitude, dan Local Food

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, 15 Juni 2026
yang menyatakan,



Ayu Rai Anggarani

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: ***“Penentu Revisit Intention Ubud: Pengaruh Cultural Image, Tourist Attitude, dan Local Food”*** 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 apapun, serta memberikan pelajaran yang sangat berharga bagi penulis untuk tidak putus asa dalam mengerjakan skripsi 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. Terima kasih atas segala bimbingan dan pelajaran yang telah diberikan baik dalam kelas mata kuliah maupun dalam masa penyusunan skripsi. Segala bantuan dan kemudahan yang telah diberikan merupakan salah satu jawaban atas doa-doa yang penulis panjatkan selama masa perkuliahan.
4. Bapak I Made Dana dan Ibu Sri Wahyuni serta keluarga yang selalu menyertai penulis dengan doa yang terbaik dan memberikan dukungan

tanpa henti. Penelitian ini menjadi bukti bahwa penulis mampu bertanggung jawab atas kepercayaan yang telah diberikan oleh orang tua untuk menyelesaikan pendidikan. Terima kasih atas segala kepercayaan dan dukungan yang Bapak dan Ibu berikan kepada penulis sejak dari awal meninggalkan rumah untuk menuntun ilmu dan mencari pengalaman baru hingga saat ini. Tumbuh dalam keluarga yang selalu mendukung dan memberi kemudahan untuk menggapai mimpi menjadi salah satu keberuntungan dalam hidup penulis yang selalu disyukuri. Terima kasih untuk kedua orang tua karena telah menuntun penulis hingga ada di titik ini, semoga dengan penelitian ini segala kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan dapat terbayarkan dengan rasa bangga.

5. Eksi, Nangky, Azriel dan Stefani selaku teman-teman penulis yang setia menemani dan mendukung sejak hari pertama perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir. Tanpa dukungan dan bantuan dari teman-teman, penulis tidak akan sampai di titik ini. Empat tahun masa perkuliahan terasa lebih menyenangkan dan mudah karena bantuan dan dukungan yang telah teman-teman berikan. Terimakasih atas segala kenangan indah selama empat tahun terakhir, semoga segala hal baik selalu menyertai.

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, 15 Juni 2026

Penulis,



Ayu Rai Anggarani

MOTTO

“A step forward is better than standing still.” – Ayu Rai

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan	13
1.4. Manfaat	13
1.5. Sistematika Penulisan	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Kajian Literatur	16
2.1.1. <i>Cultural Image</i>	16
2.1.2 <i>Local Food</i>	17
2.1.3 <i>Tourist Satisfaction</i>	17
2.1.4 <i>Tourist Attitude</i>	18
2.1.5 <i>Revisit Intention</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Model Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	32
2.3.1 <i>Cultural Image</i> Berpengaruh Terhadap <i>Revisit Intention</i>	32
2.3.2 <i>Cultural Image</i> Berpengaruh Terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	33
2.3.3 <i>Local Food</i> Berpengaruh Terhadap <i>Revisit Intention</i>	34
2.3.4 <i>Local Food</i> Berpengaruh Terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	35
2.3.5 <i>Tourist Satisfaction</i> Berpengaruh Terhadap <i>Revisit Intention</i>	36
2.3.6 <i>Tourist Satisfaction</i> Memediasi Pengaruh <i>Cultural Image</i> dan <i>Local Food</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	37
2.3.7 <i>Tourist Attitude</i> Memoderasi Pengaruh <i>Cultural Image</i> dan <i>Local Food</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	39
2.4. Kerangka Penelitian	41

BAB III.....	42
METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1. Jenis Penelitian	42
3.2. Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian	42
3.3. Populasi dan Sampel	43
3.3.1. Populasi Penelitian.....	43
3.3.2. Sampel Penelitian	44
3.3.3. Teknik Pengumpulan Sampel	45
3.5. Definisi Operasional Variabel	46
3.6. Metode Pengukuran Data.....	55
3.7. <i>Face Validity</i>	55
3.8. Metode Analisis Data	59
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif Responden	59
3.8.2. Analisis Statistik Deskriptif Variabel	60
3.8.3. Pengujian Instrumen	60
3.8.4. Metode Analisis	63
BAB IV	67
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	67
4.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Profil Responden	67
4.1.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Profil Responden yang Pernah Mengunjungi Ubud	67
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	70
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan (Per Bulan)	72
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran (Per Bulan).....	73
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kunjungan	74
4.2. Analisis Deskriptif Variabel	75
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel <i>Cultural Image</i>	75
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel <i>Local Food</i>	77
4.2.3. Analisis Deskriptif Variabel <i>Tourist Attitude</i>	78
4.2.4. Analisis Deskriptif Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	80
4.2.5. Analisis Deskriptif Variabel <i>Revisit Intention</i>	81
4.3. Analisis <i>SmartPLS</i>	82
4.4. Evaluasi Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	83
4.4.1. <i>Outer Loading</i>	83
4.4.2. Uji Validitas Konvergen.....	84
4.4.3. Uji Validitas Diskriminan.....	85
4.4.4. Uji Reliabilitas	87
4.5. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	87
4.5.1. Pengujian <i>R-Square</i>	87

4.6. Pengujian Hipotesis	88
4.6.1. Hasil Analisis Statistik Pengaruh <i>Cultural Image</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	89
4.6.2. Hasil Analisis Statistik Pengaruh <i>Cultural Image</i> Terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	90
4.6.3. Hasil Analisis Statistik Pengaruh <i>Local Food</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	90
4.6.4. Hasil Analisis Statistik Pengaruh <i>Local Food</i> Terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	90
4.6.5. Hasil Analisis Statistik Pengaruh <i>Tourist Satisfaction</i> Terhadap <i>Revisit intention</i>	91
4.7. Uji Mediasi	91
4.7.1. Hasil Analisis Statistik Pengaruh Peran Mediasi <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Cultural Image</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	92
4.7.2. Hasil Analisis Statistik Pengaruh Peran Mediasi <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Local Food</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	94
4.8. Uji Moderasi	95
4.8.1 Hasil Analisis Statistik Pengaruh Moderasi <i>Tourist Attitude</i> terhadap <i>Cultural Image</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	96
4.8.2 Hasil Analisis Statistik Pengaruh Moderasi <i>Tourist Attitude</i> terhadap <i>Local Food</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	97
4.9. Pembahasan Hasil Penelitian	99
4.9.1. Pengaruh <i>Cultural Image</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	99
4.9.2. Pengaruh <i>Cultural Image</i> Terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	100
4.9.3. Pengaruh <i>Local Food</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	101
4.9.4. Pengaruh <i>Local Food</i> terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	102
4.9.5. Pengaruh <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	103
4.9.6. Peran <i>Tourist Satisfaction</i> dalam Memediasi Pengaruh <i>Cultural Image</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	103
4.9.7. Peran <i>Tourist Satisfaction</i> dalam Memediasi Pengaruh <i>Local Food</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	104
4.9.8. Peran <i>Tourist Attitude</i> dalam Memoderasi Pengaruh <i>Cultural Image</i> terhadap <i>Revisit intention</i>	105
4.9.9. Peran <i>Tourist Attitude</i> dalam Memoderasi Pengaruh <i>Local Food</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	106
BAB V.....	108
PENUTUP.....	108
5.1. Kesimpulan	108
5.2. Implikasi Manajerial.....	111
5.3. Keterbatasan Penelitian	114
5.4. Saran untuk Peneliti Selanjutnya	117
LAMPIRAN.....	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Kunjungan Wisatawan di Bali	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	50
Tabel 3. 2 <i>Face Validity</i>	56
Tabel 4. 1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Cultural Image</i>	76
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Local Food</i>	77
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Tourist Attitude</i>	79
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	80
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Revisit Intention</i>	81
Tabel 4. 6 Hasil Analisis <i>Outer Loading</i>	83
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Validitas Konvergen.....	84
Tabel 4. 8 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	85
Tabel 4. 9 Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i>	87
Tabel 4. 10 Hasil Analisis <i>R-Square</i>	87
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Hipotesis	88
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Mediasi	91
Tabel 4. 13 Tabel Analisis Mediasi <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Cultural Image</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	93
Tabel 4. 14 Tabel Analisis Mediasi <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Local Food</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	94
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Uji Moderasi.....	95
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Uji Moderasi <i>Tourist Attitude</i> dengan <i>Cultural Image</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	97
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Uji Moderasi <i>Tourist Attitude</i> dengan <i>Local Food</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Puri Ubud	4
Gambar 1. 2 Ayam Betutu	6
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	41
Gambar 3. 1 Jalur Pengaruh Mediasi	63
Gambar 3. 2 Jalur Mediasi	64
Gambar 3. 3 Model Konseptual Moderasi	65
Gambar 4. 1 Data Jumlah Responden	67
Gambar 4. 2 Data Jenis Kelamin.....	68
Gambar 4. 3 Data Usia Responden	69
Gambar 4. 4 Data Pendidikan Terakhir Responden.....	70
Gambar 4. 5 Data Pekerjaan Responden.....	71
Gambar 4. 6 Data Rata-rata Pendapatan (Per Bulan) Responden.....	72
Gambar 4. 7 Data Rata-rata Pengeluaran (Per Bulan) Responden.....	73
Gambar 4. 8 Jenis Kunjungan Responden	74
Gambar 4. 9 Model Struktural	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Google Formulir	125
Lampiran 2. Penyebaran Kuesioner	133
Lampiran 3. Data Responden dan Jawabannya.....	134
Lampiran 4. Hasil Olah Data SmartPLS	246
Lampiran 5. Jurnal Acuan	251
Lampiran 6. Turnitin	261

**Penentu *Revisit Intention* Ubud: Pengaruh *Cultural Image*, *Tourist Attitude*,
dan *Local Food***

**Ayu Rai Anggarani
220326890**

**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 bertujuan untuk menganalisis pengaruh *cultural image* dan *local food* terhadap *revisit intention* melalui *tourist satisfaction* sebagai variabel mediasi dan *tourist attitude* sebagai variabel moderasi pada wisatawan yang berkunjung ke Ubud, Bali. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan PLS-SEM melalui SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *cultural image* dan *local food* berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepuasan wisatawan merupakan faktor penting yang perantara pengaruh *cultural image* dan *local food* terhadap *revisit intention* ke Ubud. Oleh karena itu, peningkatan kepuasan wisatawan melalui penguatan pengalaman budaya dan kuliner lokal perlu menjadi fokus utama dalam pengelolaan destinasi wisata.

Kata Kunci: *Cultural Image*, *Local Food*, *Tourist Satisfaction*, *Tourist Attitude*, *Revisit Intention*