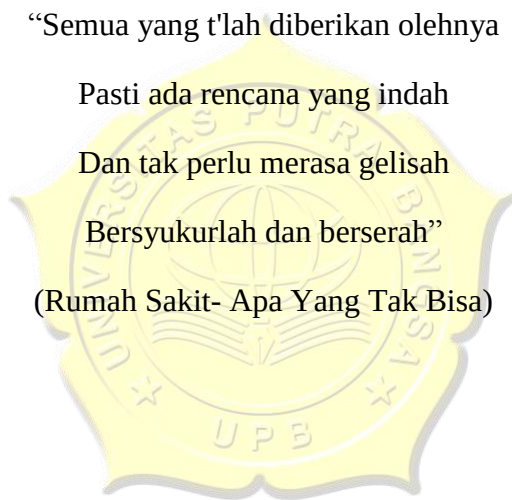


HALAMAN MOTTO

”Apa yang tak bisa
Kau raih walau kau t’lah berupaya
Itu hanya tanda
Kau tak membutuhkannya,
Apa yang tak bisa
Kau miliki meski kau t’lah temui
Itu hanya tanda
Kau lebih baik tanpanya”
(Rumah Sakit- Apa Yang Tak Bisa)

“Semua yang t’lah diberikan olehnya
Pasti ada rencana yang indah
Dan tak perlu merasa gelisah
Bersyukurlah dan berserah”
(Rumah Sakit- Apa Yang Tak Bisa)



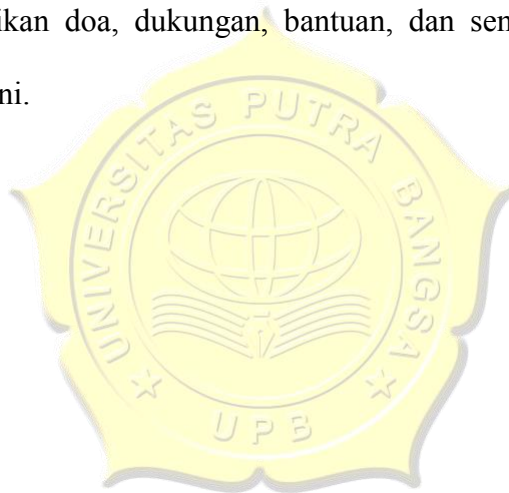
HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan penuh rasa syukur dan ketulusan, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ibu Umi Maskanah dan Bapak Miftakhudin yang selalu menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah penulis, serta kakak Risqi Hasan yang membantu berupa materi dalam perjuangan penulis. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang telah diberikan tanpa mengenal lelah. Segala pencapaian yang penulis raih hingga berada di tahap ini tidak terlepas dari doa, restu, dan perjuangan kedua orang tua.
2. Bapak Heri Mahyuzar, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing, yang telah dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan arahan, ilmu, masukan, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala perhatian dan dedikasi yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
3. Teman-teman semua yang telah memberikan semangat, dukungan, bantuan, serta kebersamaan selama menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudut kopi, pelanggan sudut kopi, nopal kacamata, nopal gede, nikol, azmi dan kawan kawan lainnya atas setiap bantuan, cerita, dan kebersamaan yang menjadi bagian berharga dalam perjalanan akademik penulis.

4. Seseorang yang memiliki tempat istimewa dalam kehidupan penulis, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, perhatian, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi salah satu sumber semangat dan memberikan arti dalam perjalanan penulis hingga dapat menyelesaikan tahap ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi awal yang baik bagi perjalanan penulis di masa yang akan datang. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Storytelling Marketing* dan *Destination Image* terhadap *Revisit Intention* dengan *Tourist Satisfaction* sebagai variabel intervening pada pengunjung Waduk Wadaslintang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability* sampling dengan metode *purposive* sampling. Sampel penelitian berjumlah 75 responden dengan kriteria berusia minimal 17 tahun dan pernah berkunjung ke Waduk Wadaslintang. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Storytelling Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Tourist Satisfaction* serta *Revisit Intention*. *Destination Image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tourist Satisfaction*, tetapi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*. Selanjutnya, *Tourist Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*. Pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa *Tourist Satisfaction* mampu memediasi pengaruh *Storytelling Marketing* terhadap *Revisit Intention*, sedangkan *Tourist Satisfaction* tidak mampu memediasi pengaruh *Destination Image* terhadap *Revisit Intention*. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *Storytelling Marketing* dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan dan mendorong niat kunjungan kembali wisatawan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan wisatawan. Sementara itu, *Destination Image* lebih berperan dalam mendorong *Revisit Intention* secara langsung.

Kata kunci: *Storytelling Marketing, Destination Image, Tourist Satisfaction, Revisit Intention, Waduk Wadaslintang.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of *Storytelling Marketing* and *Destination Image* on *Revisit Intention* with *Tourist Satisfaction* as an intervening variable among visitors to Wadaslintang Reservoir. This research employed a quantitative approach using a survey method. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling method. The sample consisted of 75 respondents who were at least 17 years old and had visited Wadaslintang Reservoir. Data were analyzed using *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) with the assistance of SmartPLS software. The results showed that *Storytelling Marketing* had a positive and significant effect on *Tourist Satisfaction* and *Revisit Intention*. *Destination Image* did not have a significant effect on *Tourist Satisfaction*, but it had a positive and significant effect on *Revisit Intention*. Furthermore, *Tourist Satisfaction* had a positive and significant effect on *Revisit Intention*. The indirect effect test showed that *Tourist Satisfaction* mediated the relationship between *Storytelling Marketing* and *Revisit Intention*, while *Tourist Satisfaction* did not mediate the relationship between *Destination Image* and *Revisit Intention*. These findings indicate that *Storytelling Marketing* can be an effective strategy for increasing tourist satisfaction and encouraging revisit intention, both directly and through tourist satisfaction. Meanwhile, *Destination Image* plays a more prominent role in directly encouraging tourists' intention to revisit.

Keywords: *Storytelling Marketing, Destination Image, Tourist Satisfaction, Revisit Intention, Wadaslintang Reservoir.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " *PENGARUH STORYTELLING MARKETING DAN DESTINATION IMAGE TERHADAP REVISIT INTENTION DENGAN TOURIST SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGUNJUNG WADUK WADASLINTANG* " dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Bisnis Digital, Universitas Putra Bangsa.

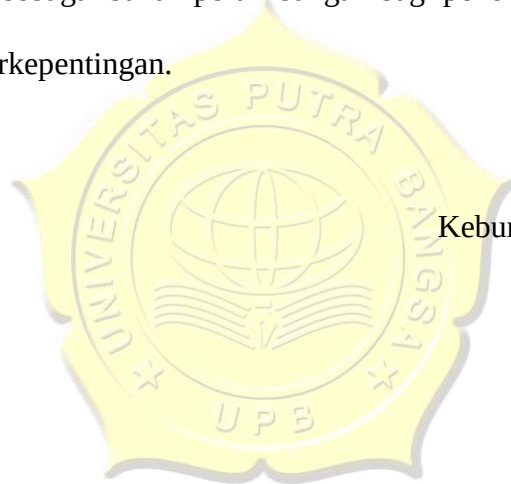
Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Storytelling Marketing* dan *destination image* terhadap *revisit intention* dengan *tourist satisfaction* sebagai variabel intervening pada pengunjung waduk wadaslintang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Anton Prasetyo, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komputer.
3. Bapak Heri Mahyuzar, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, kritik, dan saran selama proses penyusunan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Bisnis Digital yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
6. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, motivasi, serta dukungan baik secara moral maupun material kepada penulis.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang marketing dan pemasaran, maupun sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya serta pihak-pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 27 Agustus 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dhanil Asyrof'.

Dhanil Asyrof

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1. Tinjauan Teori	16
2.1.1. <i>Teori Stimulus-Organism-Response (SOR)</i>	16

2.1.2. <i>Storytelling Marketing</i>	18
2.1.3. <i>Destination Image</i>	20
2.1.4. <i>Tourist satisfaction</i>	24
2.1.5. <i>Revisit intention</i>	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	28
2.3. Hubungan Antar Variabel	33
2.3.1 Hubungan <i>Storytelling Marketing</i> dengan <i>Tourist satisfaction</i> ..	33
2.3.2 Hubungan <i>Destination image</i> dengan <i>Tourist satisfaction</i>	34
2.3.3 Hubungan <i>Storytelling Marketing</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	35
2.3.4 Hubungan <i>Destination Image</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	36
2.3.5 Hubungan <i>Tourist Satisfaction</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	36
2.3.6 Peran Mediasi <i>Tourist Satisfaction</i> dalam Pengaruh <i>Storytelling Marketing</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	37
2.3.7 Peran Mediasi <i>Tourist Satisfaction</i> dalam Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	38
2.4. Model Empiris	39
2.5. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	41
3.2. Variabel Penelitian	41
3.2.1. Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	42
3.2.2. Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	42
3.2.3. Variabel Mediasi (<i>Intervening</i>)	42
3.3. Definisi Operasional Variabel	43
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	44

3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	46
3.5.1.	Jenis Data	46
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.	Populasi dan Sampel	48
3.6.1	Populasi	48
3.6.2	Sampel	48
3.7.	Teknik Analisis	50
3.7.1	Analisis Deskriptif	50
3.7.2	Analisis Kuantitatif	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		59
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.2.	Profil Responden	60
4.2.1.	Jenis Kelamin	60
4.2.2.	Pendidikan Terakhir	61
4.2.3.	Pekerjaan	63
4.2.4.	Penghasilan	64
4.2.5.	Total Kunjungan	65
4.3.	Analisis Statistik	67
4.3.1.	<i>Convergent Validity</i>	67
4.3.2.	<i>Discriminant Validity</i>	69
4.3.3.	<i>Reliability Analysis</i>	70
4.3.4.	<i>R-Square</i>	72
4.3.5.	<i>F-Square</i>	73
4.3.6.	SRMR	75
4.3.7.	Uji Hipotesis	76

4.4. Pembahasan	81
4.4.1. <i>Storytelling Marketing</i> terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	81
4.4.2. <i>Destination Image</i> terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	84
4.4.3. <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	86
4.4.4. <i>Storytelling Marketing</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	88
4.4.5. <i>Destination Image</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	90
4.4.6. <i>Tourist Satisfaction</i> memediasi pengaruh <i>Storytelling Marketing</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	93
4.4.7. <i>Tourist Satisfaction</i> memediasi pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	95
BAB V SIMPULAN	99
5.1. Simpulan	99
5.2. Keterbatasan	101
5.3. Implikasi	104
5.3.1. Implikasi Praktis	104
5.3.2. Implikasi Teoritis	107
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel II- 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	28
Tabel III- 1 Indikator Variabel.....	43
Tabel IV- 1 Jenis Kelamin Responden.....	61
Tabel IV- 2 Pendidikan Terakhir Responden.....	62
Tabel IV- 3 Pekerjaan Responden.....	64
Tabel IV- 4 Penghasilan Responden	65
Tabel IV- 5 Total Kunjungan Responden	66
Tabel IV- 6 <i>Outer Loadings</i> dan <i>AVE</i>	67
Tabel IV- 7 <i>HTMT</i>	69
Tabel IV- 8 Uji Reliabilitas.....	71
Tabel IV- 9 R-Square.....	72
Tabel IV- 10 F-Square	73
Tabel IV- 11 SRMR.....	75
Tabel IV- 12 <i>Direct Effect</i>	76
Tabel IV- 13 <i>Indirect Effect</i> Responden	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Data Wisatawan di Kebumen	3
Gambar II-1 Model Empiris.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	115
Lampiran II Data Responden	121
Lampiran III Tabulasi Data Responden	122
Lampiran IV Hasil Olah Data Smart PLS.....	123
Lampiran V Kartu Bimbingan Skripsi	125
Lampiran VI Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal	126

