

**PERAN AUTENTISITAS TERHADAP  
MINAT BERKUNJUNG KEMBALI  
KE ANJUNGAN JAWA TENGAH TMII**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Program Studi Industri Pariwisata*



Oleh:

Hothizatus Saniah

2010155

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PARIWISATA  
FAKULTAS KAMPUS DAERAH SUMEDANG  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2024**

**LEMBAR HAK CIPTA**  
**PERAN AUTENTISITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG**  
**KEMBALI KE ANJUNGAN JAWA TENGAH TMII**

Oleh  
Hothizatus Saniah

Skripsi ini ditunjukkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar  
Sarjana Pariwisata di Program Studi Industri Pariwisata

© Hothizatus Saniah  
Universitas Pendidikan Indonesia  
2024

Hak Cipta dilindungi Undang- Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,  
difotokopi, dan cara lainnya tanpa izin penulis

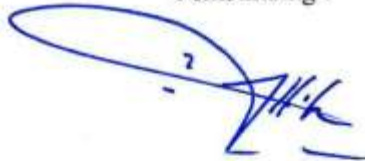
**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

HOTHIZATUS SANIAH

PERAN AUTENTISITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE  
ANJUNGAN JAWA TENGAH TMII

disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



Dr. Irena Novarlia, M.Pd.

NIP. 198211232006042009

Pembimbing II



Oman Sukirman, S.E., M.M.

NIP. 197602192015041001

Mengetahui,

Plt. Ketua Prodi Industri Pariwisata



Prof. Dr. H. Yudha Munajat Saputra, M.Ed.

NIP. 196303121989011002

**ABSTRAK**  
**PERAN AUTENTISITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI**  
**KE ANJUNGAN JAWA TENGAH TMII**

Oleh

Hothizatus Saniah

Autentisitas menjadi peran penting yang mampu menarik pengunjung yang mencari pengalaman yang otentik. Autentisitas tidak hanya akan menarik lebih banyak pengunjung tetapi juga mendorong mereka berkunjung kembali. Anjungan Jawa Tengah TMII merupakan salah satu Anjungan Daerah yang ada di Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana gambaran Anjungan Jawa Tengah TMII dan bagaimana peran Autentisitas terhadap minat berkunjung kembali ke Anjungan Jawa Tengah TMII. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain teknik survei melalui angket. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, studi literatur dan dokumentasi. Dari hasil penelitian yang didapatkan yaitu Autentisitas mempunyai peran yang begitu signifikan dalam berkunjung kembali.

**Kata Kunci : Autentisitas, Minat Berkunjung Kembali.**

## **ABSTRACT**

### ***THE ROLE OF AUTHENTICITY TO REVISIT INTENTION AT ANJUNGAN JAWA TENGAH TMII***

*Oleh*

*Hothizatus Saniah*

*Authenticity is an important role that is able to attract visitors who are looking for an authentic experience. Authenticity will not only attract more visitors but also encourage them to return. The TMII Central Java Pavilion is one of the Regional Pavilions in Taman Mini Indonesia Indah (TMII). The purpose of this study is to find out how the Central Java TMII Pavilion is described and how the role of Authenticity in the interest of visiting the TMII Central Java Pavilion is revisited. In this study, the author uses a quantitative research method with a survey technique design through a questionnaire. Data collection in this study uses observation techniques, interviews, literature studies and documentation. From the results of the research, it was obtained that Authenticity has a very significant role in revisiting.*

*Keywords: Authenticity, Revisit Intention.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR HAK CIPTA .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis .....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Autentisitas.....	8
2.1.2 Minat Berkunjung Kembali.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Hipotesis Penelitian .....	16
2.4 Kerangka Pemikiran .....	17
BAB III METODE PENELITIAN .....	18
3.1 Desain Penelitian .....	18
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Sampling.....	18
3.2.1 Populasi .....	18
3.2.2 Sampel .....	18
3.2.3 Teknik Sampling .....	19
3.3 Instrumen Penelitian .....	19

3.3.1	Operasional Variabel.....	20
3.4	Prosedur Penelitian .....	26
3.5	Analisis Data.....	26
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.6.1	Pengamatan ( <i>Observation</i> ).....	26
3.6.2	Wawancara.....	26
3.6.3	Studi Literatur .....	27
3.6.4	Dokumentasi .....	27
3.7	Uji Validitas.....	28
3.8	Uji Reliabilitas .....	29
3.9	Rancangan Teknik Analisi Data.....	30
3.10	Uji Asumsi Klasik .....	31
3.11	Regresi Linier Sederhana.....	31
3.12	Pengujian Hipotesis .....	32
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....		34
4.1	Gambaran Anjungan Jawa Tengah TMII .....	34
4.2	Peran Autentisitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Anjungan Jawa Tengah .....	35
4.3	Deskripsi Responden .....	36
4.4	Hasil Analisis Deskriptif.....	41
4.4.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Autentisitas .....	41
4.4.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Berkunjung .....	42
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	43
4.5.1	Uji Normalitas .....	43
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas .....	46
4.5.3	Uji Multikolonieritas .....	47
4.5.4	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	48
4.5.5	Uji Parsial (T).....	50
4.5.6	Uji Simultan (F) .....	51
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian .....	52
4.6.1	Pengaruh Autentisitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Anjungan Jawa Tengah TMII .....	52

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI.....	54
5.1 Simpulan.....	54
5.2 Implikasi.....	54
5.3 Rekomendasi .....	54
5.3.1 Bagi Pengelola Anjungan Jawa Tengah TMII.....	54
5.3.2 Bagi Masyarakat.....	55
5.3.3 Bagi Program Studi Industri Pariwisata .....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	56
LAMPIRAN.....	59



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan TMII .....	3
Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Anjungan Jawa Tengah TMII.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran <i>Likert</i> .....	20
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian .....	21
Tabel 3. 3 Uji Validitas Seluruh Variabel .....	28
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Seluruh Variabel.....	29
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Generasi .....	37
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	38
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	40
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Autentisitas .....	41
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Minat Berkunjung.....	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolonieritas .....	48
Tabel 4. 11 Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji T (X Terhadap Y) .....	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (X Terhadap Y).....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Denah Atraksi Wisata TMII .....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	17
Gambar 4. 1 P-Plot Uji Normalitas .....	44
Gambar 4. 2 Histogram Normalitas.....	44
Gambar 4. 3 Output Scatterplot.....	47

### DAFTAR PUSTAKA

- Azahra. (2022). Analisis Prediksi Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru . 76.
- Binarti, K. (2017). A Study of Revisit Intention: Experiential Quality and Image of Muara Brting Tourism Site in Bekasi District. 528.
- Bintarti. (2017). A study of Revisit Intention: Experiential quality and image of Muara Beting Tourism Site in Bekasi District. 533.
- Eko Prastiyo, L. N. (2022). Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan pada wisata air terjun krecekan denu. *Faktor minat berkunjung kembali*, 2.
- Fadilah Amin, G. A. (2023). konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. 18.
- Fahmi. (2023). The role of authenticity on revisit intention: tourist experience as a mediation at the Reyog Ponorogo National Festival. 356.
- Fahmi, M. R. (2023). The role of authenticity on revisit intention: tourist experience as a mediation at the a Reyog Ponorogo National Festival. 346.
- Fauzy. (2019). *Metode Sampling*. Jakarta: 18.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Jakarta: 24.
- Junaidi, S. (2019). pengaruh gaya kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai pada UPTD BALTEKKOMDIK dinas pendidikan provinsi sumatera barat. 4.
- Kusumastuti. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Yogyakarta: 2020.
- Ma'arif, L. A. (2023). The authenticity and social media effect on revisit intention mediated by destination image. 33-43.

- Nurchahyo, B. (2018). Analisis dampak penciptaan brand image dan aktifitas word of mouth (WOM) pada penguatan keputusan pembelian produk fashion. 17.
- Nurchahyo, B. (2018). ANALISIS DAMPAK PENCIPTAAN BRAND IMAGE DAN AKTIFITAS WORD OF MOUTH (WOM) PADA PENGUATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION. 19-20.
- Nurchahyo, B. (2018). ANALISIS DAMPAKNPENCIPTAAN BRAND IMAGE DAN AKTIFITAS WORD OF MOUTH (WOM) PADA PENGUATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION. 17.
- Pai, K. L. (2021). An Examination of Revisit Intention Based on Perceived Smart Tourism Technology Experience. 5-14.
- Patrice Theodora, F. (2020). pengaruh perceived authenticity terhadap place attachment dan revisit intention wisatawan di house of sampoerna. 3-4.
- Ramukumba, D. T. (2018). Tourist revisit intentions based on purpose of visit and preference of the destination. A case study of Tsitsikamma National Park. 7.
- Ramukumba, D. T. (2018). Tourist revisit intentions based on purpose of visit and preference of the destination. A case study of Tsitsikamma National Park. 7.
- Sekar, A. (2018). pemanfaatan anjungan taman mini indonesia indah dan peranannya dalam meningkatkan kunjungan wisata daerah. *pemanfaatan anjungan taman mini indonesia indah*, 7.
- Silaban, P. H. (2020). The Role of Authenticity and Satisfaction on Tourists' Revisit Intention at Air Soda Destination. 374.
- Wicaksono, G. T. (2020). Persepsi otentisitas rumah makan terhadap brand equity dan consumer response studi empiris: rumah makan lokal di yogyakarta. 12.

Yunianto, D. (2021). Analisis pertumbuhan dan kepadatan penduduk terhadap pertumbuhan ekonomi. 692.

Zhou, C. W. (2022). Research on the effect of Authenticity on Revisit Intention in Heritage Tourism. 7.