

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir dengan judul “ANALISIS PENGARUH *CONSUMPTION VALUE, ATTITUDE TOWARD LOCAL FOOD* DAN *FOOD DESTINATION IMAGE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA WISATA KULINER BAKSO BAKAR TROWULAN DI MALANG RAYA MENURUT WISATAWAN ASAL SURABAYA RAYA” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Magister Manajemen Strata Dua Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA selaku *Executive Director* dan *Associate Dean* UPH Kampus Surabaya.
- 2) Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
- 3) Ibu Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis.
- 4) Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis.

- 5) Semua dosen yang telah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
- 6) Staf Karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif & staf Karyawan perpustakaan yang telah membantu penulis hingga lulus kuliah.
- 7) Ibu, Ayah, Adik, Nenek, Kakek dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan moril, doa, dan kasih sayang.
- 8) Teman-teman seperjuangan Evan, Nancy, Gilang, Gde, Zatira, Arif dan Pak Yusuf yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
- 9) Sahabat saya Kelvin, Daniel, Yefta, serta kepada teman-teman sepelayanan di Universitas Kristen Petra.
- 10) Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dan pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 18 Desember 2020

Galuh Fandy Asmoro

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR IDENTITAS PENGUJI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah.....	19
1.3 Perumusan Masalah.....	20
1.4 Tujuan Penelitian.....	22
1.5 Manfaat Penelitian.....	23
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	23
1.5.2 Manfaat Praktis .....	24
1.6 Sistematika Penulisan.....	25

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>27</b>
2.1 Wisata Kuliner.....	27
2.2 Tinjauan Teori.....	27
2.2.1 Konsumsi.....	28
2.2.1.1 Nilai Fungsional .....	28
2.2.1.1.1 <i>Quality</i> .....	29
2.2.1.1.2 <i>Health</i> .....	30
2.2.1.1.3 <i>Price</i> .....	32
2.2.1.1.4 <i>Emotional</i> .....	34
2.2.1.2 Nilai Sosial .....	36
2.2.1.2.1 <i>Prestige</i> .....	36
2.2.1.3 Nilai Kondisional .....	38
2.2.1.3.1 <i>Interaction</i> .....	38
2.2.1.3.2 <i>Epistemic</i> .....	40
2.2.2 <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	42
2.2.3 <i>Food Destination Image</i> .....	44
2.2.4 <i>Repurchase Intention</i> .....	46
2.3 Penelitian Terdahulu .....	47
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	52
2.4.1 Pengaruh <i>Quality</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	52
2.4.2 Pengaruh <i>Health</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	54
2.4.3 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	54
2.4.4 Pengaruh <i>Emotional</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	55

2.4.5 Pengaruh <i>Prestige</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	56
2.4.6 Pengaruh <i>Interaction</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	57
2.4.7 Pengaruh <i>Epistemic</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	57
2.4.8 Pengaruh <i>Attitude Toward Local Food</i> terhadap <i>Food Destination Image</i>	58
2.4.9 Pengaruh <i>Food Destination Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	59
2.5 Model Penelitian .....	60
2.6 Bagan Alur Berpikir .....	60
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>63</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	63
3.2 Populasi dan Sampel .....	64
3.2.1 Populasi .....	64
3.2.2 Sampel.....	64
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	66
3.3.1 Jenis dan Sumber Data .....	66
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	67
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	68
3.4.1 Definisi Operasional.....	68
3.4.2 Pengukuran Variabel .....	72
3.5 Metode Analisis Data .....	73
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>84</b>
4.1 Gambaran Umum Bakso Bakar Trowulan .....	84
4.2 Analisis Data .....	86
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	86

4.2.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel	
<i>Quality</i> .....	91
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel	
<i>Health</i> .....	93
4.2.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel	
<i>Price</i> .....	95
4.2.1.4 Analisis Statistik Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel	
<i>Emotional</i> .....	96
4.2.1.5 Analisis Statistik Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel	
<i>Prestige</i> .....	98
4.2.1.6 Analisis Statistik Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel	
<i>Interaction</i> .....	100
4.2.1.7 Analisis Statistik Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel	
<i>Epistemic</i> .....	102
4.2.1.8 Analisis Statistik Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel	
<i>Attitude Toward Local Food</i> .....	104
4.2.1.9 Analisis Statistik Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Food</i>	
<i>Destination Image</i> .....	106
4.2.1.10 Analisis Statistik Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel	
<i>Repurchase Intention</i> .....	108
4.2.2 Analisis Hasil Pengujian Kualitas Data.....	110
4.2.2.1 Uji Validitas.....	110
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	111

4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas .....	112
4.2.2.4 Uji Asumsi Klasik Regresi Heteroskedastisitas .....	114
4.2.2.5 Uji Asumsi Klasik Regresi Linieritas .....	117
4.2.2.6 Uji Asumsi Klasik Regresi Multikolinearitas .....	118
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	118
4.2.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh <i>Quality, Health, Price, Emotional, Prestige, Interaction, Epistemic</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	118
4.2.4 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	122
4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh <i>Attitude Toward Local Food</i> terhadap <i>Food Destination Image</i> .....	122
4.2.4.2 Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh <i>Food Destination Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	124
4.3 Pengujian Hipotesis.....	126
4.3.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1) .....	126
4.3.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2) .....	127
4.3.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3) .....	128
4.3.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4) .....	128
4.3.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5) .....	129
4.3.6 Pengujian Hipotesis 6 (H6) .....	130
4.3.7 Pengujian Hipotesis 7 (H7) .....	131
4.3.8 Pengujian Hipotesis 8 (H8) .....	131
4.3.9 Pengujian Hipotesis 9 (H9) .....	132



4.4 Pembahasan.....	133
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>171</b>
5.1 Simpulan.....	171
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis .....	172
5.1.1.1 Pengaruh <i>Quality</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	172
5.1.1.2 Pengaruh <i>Health</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	173
5.1.1.3 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	174
5.1.1.4 Pengaruh <i>Emotional</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	176
5.1.1.5 Pengaruh <i>Prestige</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	177
5.1.1.6 Pengaruh <i>Interaction</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	179
5.1.1.7 Pengaruh <i>Epistemic</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	180
5.1.1.8 Pengaruh <i>Attitude Toward Local Food</i> terhadap <i>Food Destination</i> <i>Image</i> .....	182
5.1.1.9 Pengaruh <i>Food Destination Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	183
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	184
5.2 Implikasi.....	185
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	185
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	187
5.3 Rekomendasi .....	194
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>196</b>
<b>LAMPIRAN A: KUESIONER .....</b>	<b>A-1</b>
<b>LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER.....</b>	<b>B-1</b>
<b>LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....</b>	<b>C-1</b>



**LAMPIRAN D: HASIL PENGUJIAN KUALITAS DATA ..... D-1**

**LAMPIRAN E: HASIL TURNITIN .....E-1**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Konten Instagram Katalog Malang: 9 Kuliner wajib dicicipin!! Di Malang Raya .....	4
Gambar 1.2 Tampilan Bakso Bakar Trowulan .....	5
Gambar 1.3 Tampilan Ulasan Google Maps Bakso Bakar Trowulan Terkait <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	12
Gambar 1.4 Bakso Bakar <i>High Quality</i> .....	13
Gambar 1.5 Kebersihan Bakso Bakar Trowulan .....	14
Gambar 1.6 Tampilan Ulasan Google Maps Bakso Bakar Trowulan Terkait <i>Price</i> .....	15
Gambar 1.7 Mengonsumsi Bakso Bakar Membuat <i>Happy</i> .....	16
Gambar 1.8 Tampilan konten Instagram dengan hastag #baksobakartrowulan ...	17
Gambar 1.9 Interaksi Pengunjung di Bakso Bakar Trowulan.....	17
Gambar 1.10 Proses Pembuatan Bakso Bakar Trowulan.....	18
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	60
Gambar 4.1 Tampilan Bakso Bakar Trowulan .....	85
Gambar 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	86
Gambar 4.3 Karakteristik Usia Responden .....	87
Gambar 4.4 Karakteristik Tingkat Pendapatan Responden .....	87
Gambar 4.5 Karakteristik Tujuan Berkunjung Responden Ke Malang .....	88
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Mengetahui Info bakso Bakar Trowulan ..	89
Gambar 4.7 ScatterPlot Uji Normalitas <i>Quality, Health, Price, Emotional, Prestige, Interaction, Epistemic * Attitude Toward Local Food</i> ...	113

Gambar 4.8 ScatterPlot Uji Normalitas <i>Attitude Toward Local Food * Food Destination Image</i> .....	113
Gambar 4.9 ScatterPlot Uji Normalitas <i>Food Destination Image * Repurchase Intention</i> .....	114
Gambar 4.10 ScatterPlot Uji Heterokedastisitas <i>Quality, Health, Price, Emotional, Prestige, Interaction, Epistemic * Attitude Toward Local Food...</i>	115
Gambar 4.11 ScatterPlot Uji Heterokedastisitas <i>Attitude Toward Local Food * Food Destination Image</i> .....	116
Gambar 4.12 ScatterPlot Uji Heterokedastisitas <i>Food Destination Image * Repurchase Intention</i> .....	116

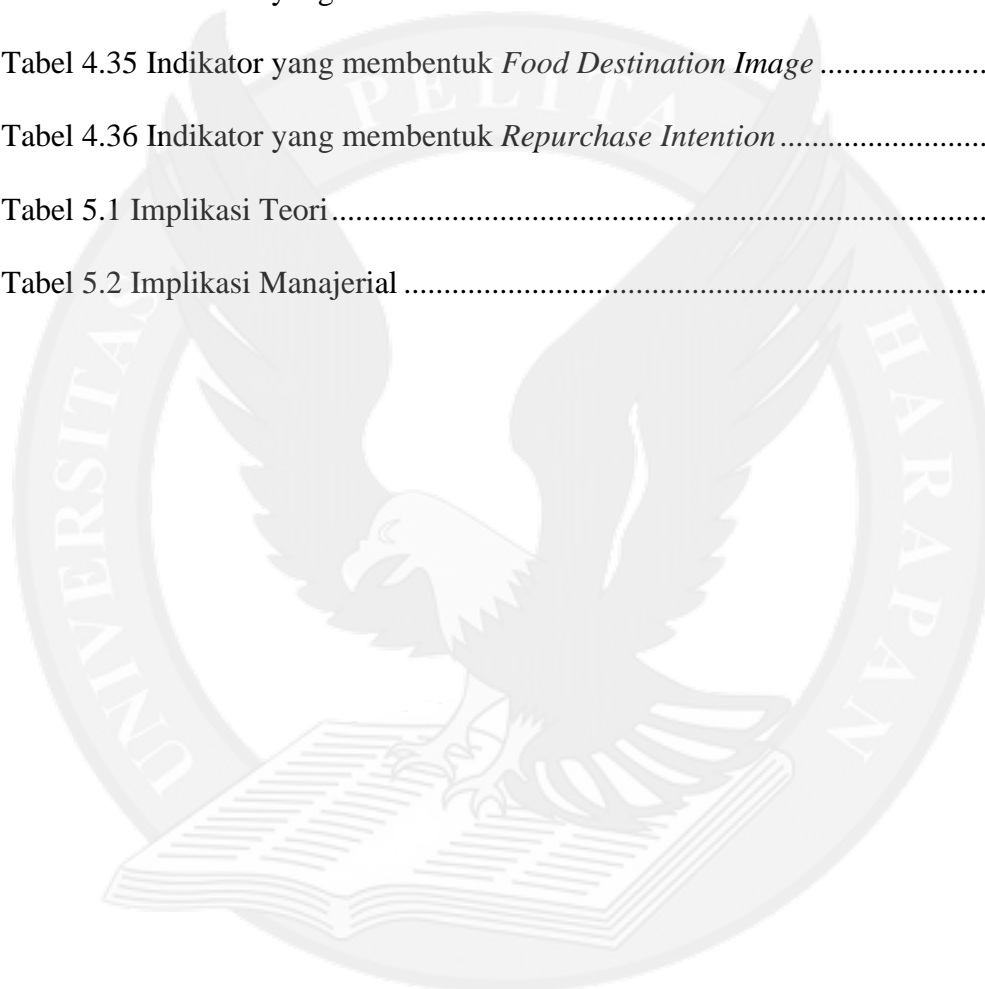


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Bakso Bakar Trowulan, Bakso Bakar Pak Man dan Bakso Bakar Pahlawan Trip .....	7
Tabel 3.1 <i>Likert Scale Point</i> .....	68
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	69
Tabel 3.3 <i>Rules of Thumb Koefisien Korelasi</i> .....	81
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	86
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	87
Tabel 4.3 Karakteristik Tingkat Pendapatan Responden .....	87
Tabel 4.4 Karakteristik Tujuan Berkunjung Responden ke Malang.....	88
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Mengetahui Info Bakso Bakar Trowulan .....	89
Tabel 4.6 Deskripsi <i>Mean Rating Index</i> .....	90
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Quality</i>	91
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Health</i>	93
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Price</i> ...	94
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Emotional</i> .....	96
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Prestige</i> .....	98
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Interaction</i> .....	101
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Epistemic</i> .....	102

Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	104
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Food Destination Image</i> .....	106
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	108
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	110
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	111
Tabel 4.19 Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas .....	112
Tabel 4.20 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	114
Tabel 4.21 Hasil Uji Linearitas .....	117
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas.....	118
Tabel 4.23 Regresi Berganda Pengaruh <i>Quality, Health, Price, Emotional, Prestige, Interaction, Epistemic</i> terhadap <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	119
Tabel 4.24 Regresi Sederhana Pengaruh <i>Attitude Toward Local Food</i> terhadap <i>Food Destination Image</i> .....	122
Tabel 4.25 Regresi Sederhana Pengaruh <i>Food Destination Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	124
Tabel 4.26 Rangkuman Hasil Hipotesis .....	126
Tabel 4.27 Indikator yang membentuk <i>Quality</i> .....	144
Tabel 4.28 Indikator yang membentuk <i>Health</i> .....	148
Tabel 4.29 Indikator yang membentuk <i>Price</i> .....	150

Tabel 4.30 Indikator yang membentuk <i>Emotional</i> .....	152
Tabel 4.31 Indikator yang membentuk <i>Prestige</i> .....	154
Tabel 4.32 Indikator yang membentuk <i>Interaction</i> .....	158
Tabel 4.33 Indikator yang membentuk <i>Epistemic</i> .....	160
Tabel 4.34 Indikator yang membentuk <i>Attitude Toward Local Food</i> .....	162
Tabel 4.35 Indikator yang membentuk <i>Food Destination Image</i> .....	164
Tabel 4.36 Indikator yang membentuk <i>Repurchase Intention</i> .....	167
Tabel 5.1 Implikasi Teori.....	185
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	192



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER .....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER .....	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL PENGUJIAN KUALITAS DATA.....	D-1
LAMPIRAN E: HASIL TURNITIN.....	D-1

