

**PENGARUH *PHYSICAL ENVIRONMENT* TERHADAP *REVISIT INTENTION*  
DENGAN *CONSUMER EMOTIONS* SEBAGAI *MEDIATING* VARIABEL DI  
SIKABU GLAMPING KOTA PAYAKUMBUH**

**SKRIPSI**



**Oleh**

**Frans Agustiadi**

**NIM. 18135178**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN  
DEPARTEMEN PARIWISATA  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PHYSICAL ENVIRONMENT TERHADAP REVISIT  
INTENTION DENGAN CONSUMER EMOTIONS SEBAGAI  
MEDIATING VARIABEL DI SIKABU GLAMPING KOTA  
PAYAKUMBUH**

Nama : Frans Agustiadi  
NIM/BP : 18135178/2018  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 18 November 2022

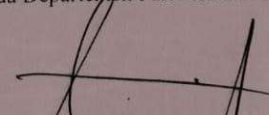
Disetujui Oleh:

Pembimbing



**Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D.CHE**  
NIP. 199202262020121012

Ketua Departemen Pariwisata FPP UNP



**Trisna Putra, SS, M.Sc**  
NIP. 19761223 199803 1001

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Physical Environment Terhadap Revisit Intention Dengan Consumer Emotions Sebagai Mediating Variabel di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.  
Nama : Frans Agustiadi  
NIM/BP : 18135178/2018  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

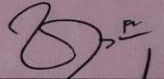
Padang, 18 November 2022

Tim Penguji

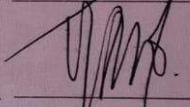
Nama

Tanda Tangan

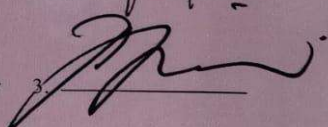
1. Ketua : Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE

1. 

2. Anggota : Youmil Abrian, SE.,M.M

2. 

3. Anggota : Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par., MM.Par

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
DEPARTEMEN PARIWISATA  
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131  
Telp. (0751) 7051186  
e-mail : pariwisata@fpp.unp.ac.id

### SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

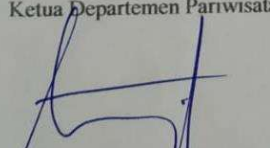
Nama : Frans Agustiadi  
NIM/TM : 18135178/ 2018  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Physical Environment Terhadap Revisit Intention Dengan Consumer Emotions Sebagai Mediating Variabel di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,  
Ketua Departemen Pariwisata

  
**Trisna Putra, SS, M.Sc**  
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,


**Frans Agustiadi**  
NIM. 18135178

## ABSTRAK

**Frans agustiadi, 2022. Pengaruh *Physical Environment* Terhadap *Revisit Intention* dengan *Consumer Emotions* Sebagai *Mediating Variabel* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh**

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan ditemukan masalah berkaitan dengan ketidak stabilan *repeater guest persentase*, adanya keluhan tamu mengenai rasa kecewa sehingga menimbulkan rasa tidak ingin datang kembali, adanya keluhan terhadap fasilitas akses jalan, dan adanya keluhan terhadap kebisingan oleh tamu lain karena tenda penginapan yang terlalu rapat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *physical environment* terhadap *revisit intention* dengan *consumer emotions* sebagai *mediating* variabel di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh. Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Sebanyak 182 kuesioner dibagikan kepada pengunjung Sikabu Glamping. Sedangkan teknik pengolahan data dari penelitian ini menggunakan deskripsi data dan Metode Analisis Data dengan SEM (PLS). Hasil dari penelitian ini variabel *physical environment* dikategorikan baik sebesar 82,4%, variabel *revisit intention* sebesar 77,5% dikategorikan baik, dan variabel *consumer emotions* dikategorikan baik sebesar 62,1%. Hasil penelitian dapat dilihat melalui nilai t-statistik dan nilai p-values hasil olahan analisis data dengan SEM (PLS). Yang dapat diartikan variabel *physical environment* (X) terhadap *revisit intention* (Y) tidak berpengaruh secara signifikan dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H1) tidak mendukung. Sedangkan variabel *physical environment* (X) terhadap *consumer emotions* (Z) dan *consumer emotions* (Z) terhadap *revisit intention* (Y) berpengaruh secara signifikan dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H2) dan (H3) diterima. Kemudian variabel *physical environment* (X) terhadap *revisit intention* (Y) melalui *consumer emotions* (Z) berpengaruh secara signifikan dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H4) diterima.

**Kata kunci : Physical Environment; Revisit Intention; Consumer Emotions.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Physical Environment* Terhadap *Revisit Intention* Dengan *Consumer Emotions* Sebagai *Mediating Variabel* Di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh”**. Proposal ini dibuat untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan skripsi di Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Di dalam penyusunan proposal ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Feri Ferdian, S.ST.M.M, Ph.D.CHE, selaku Pembimbing Skripsi
4. *Staff* administrasi yang telah membantu penulis dalam melengkapi surat-surat yang diperlukan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
5. Rekan-rekan sebaya dan seperjuangan dan semua pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas dorongan dan semangatnya selama penulisan proposal penelitian ini.

6. Orang Tua dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberidukung moril dan materil selama penyusunan proposal penelitian ini.

Proposal ini masih perlu penyempurnaan, oleh karena itu saran dan masukan yang sifatnya membangun sangat diharapkan. Dan semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Padang, 16 Juni 2022

Frans Agustiadi  
NIM. 18135178

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	9
1. Tujuan Umum.....	9
2. Tujuan Khusus .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Aspek Teoritis.....	11
1. <i>Revisit intention</i> .....	11
2. <i>Physical Environment</i> .....	14
3. <i>Consumer Emotions</i> .....	17
B. Kerangka Konseptual .....	19
C. Hipotesis Penelitian.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	22
C. Variabel Penelitian .....	23
D. Definisi Operasional Variabel .....	23
1. <i>Physical Environment</i> .....	23
2. <i>Revisit intention</i> .....	24
3. <i>Consumer Emotions</i> .....	24
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	24



1. Populasi Penelitian.....	24
2. Sampel Penelitian .....	25
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	26
1. Jenis Data .....	26
2. Teknik Pengumpulan Data .....	27
G. Instrumen Penelitian.....	27
H. Uji Coba Instrumen .....	29
1. Uji Validitas.....	30
2. Uji Reabilitas .....	32
I. Teknik Analisis Data.....	33
1. Deskripsi Data .....	34
2. Structural Equation Model (PLS) .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	39
1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden.....	39
2. Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	42
3. Structural Equation Model (PLS).....	53
a. Evaluasi <i>Measurement Model</i> .....	54
b. Evaluasi <i>Structural Model</i> .....	59
c. Pengujian Hipotesis .....	61
d. Pengujian Efek Mediasi .....	63
B. Pembahasan .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. KESIMPULAN .....	71
B. SARAN .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 1.1 .....	3
GAMBAR 2.1 .....	20
GAMBAR 4.1 .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 .....	4
Tabel 1.2 .....	6
Tabel 3.1 .....	28
Tabel 3.2 .....	29
Tabel 3.3 .....	30
Tabel 3.4 .....	31
Tabel 3.5 .....	31
Tabel 3.6 .....	33
Tabel 3.7 .....	33
Tabel 4.1 .....	33
Tabel 4.2 .....	36
Tabel 4.3 .....	36
Tabel 4.4 .....	39
Tabel 4.5 .....	40
Tabel 4.6 .....	41
Tabel 4.7 .....	41
Tabel 4.8 .....	42
Tabel 4.9 .....	43
Tabel 4.10 .....	44
Tabel 4.11 .....	46
Tabel 4.12 .....	51
Tabel 4.13 .....	47
Tabel 4.14 .....	56
Tabel 4.15 .....	57
Tabel 4.16 .....	58
Tabel 4.17 .....	59
Tabel 4.18 .....	60
Tabel 4.19 .....	61

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menghasilkan devisa terbesar bagi negara Indonesia yang didukung oleh keadaan geografis, budaya, adat istiadat, sarana dan prasarana yang memadai menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara tujuan pariwisata . Menurut Zaqi (2018 :10) menyatakan pariwisata merupakan seluruh kegiatan, fasilitas dan pelayanan yang diakibatkan oleh adanya perpindahan perjalanan sementara dari seseorang ke luar dari tempat tinggalnya, serta tinggal dalam waktu singkat di tempat tujuan dari perjalanan, untuk tujuan bersenang-senang dan berlibur. Dalam kegiatan pariwisata diperlukan adanya fasilitas untuk menunjang kebutuhan pariwisata, seperti fasilitas transportasi, komunikasi dan akomodasi. Hotel merupakan salah satu sarana akomodasi yang disediakan oleh sektor pariwisata. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2014 Pasal 1 menyatakan definisi hotel adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makanan dan minuman, kegiatan hiburan dan fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

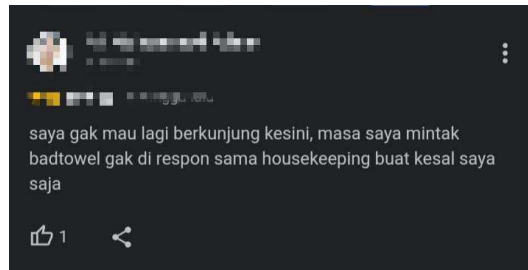
Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang baik adalah Sumatera Barat. Sumatera Barat yang dikenal sebagai bumi Minangkabau adalah provinsi yang memiliki potensi alam yang masih

memperlihatkan keaslian potensi budaya dan sejarahnya baik sejarah Minangkabau maupun dilihat dari objek alam, buatan, dan budaya cukup tersedia. Salah satu penginapan unik unggulan Sumatera Barat terletak di Kabupaten Lima Puluh Kota adalah Sikabu Glamping. Sikabu Glamping merupakan salah satu tempat penginapan di Payakumbuh yang baru hits diberbagai media sosial. Tempat penginapan di Sumatera Barat ini memang terbilang masih sangat baru, karena baru mulai beroperasi pada awal bulan November 2021. Berupa penginapan yang menawarkan sebuah tempat penginapan berkonsep glamping atau *glamour camping* yang menyatu dengan alam. Sikabu Glamping terletak di Sikabu - Kabu Nagari Tanjuang Haro Sikabu - Kabu Padang Panjang, 50 Kota, Luak, West Sumatra 26261. Sikabu Glamping merupakan salah satu tempat penginapan yang ramai dikunjungi oleh masyarakat lokal di Sumatera Barat. Memiliki jarak tempuh sekitar 20 Kilometer dari Kota Payakumbuh.

Langkah yang ditempuh Sikabu Glamping untuk dapat bertahan dan berkembang adalah dengan memahami secara jelas perilaku konsumen agar mampu menimbulkan *revisit intention* sehingga pada akhirnya akan menguntungkan perusahaan pada masa sekarang maupun masa yang akan datang. *Revisit intention* terhadap produk atau layanan jasa yang sama dianggap penting untuk berlangsungnya hidup sebuah perusahaan (Sahin, dkk, 2012). Menurut Anoraga (2000) mendefinisikan *revisit intention* merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen sesudah

mengadakan pembelian atas produk yang ditawarkan atau yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut. Adapun indikator dari revisit intention menurut Hasan, Ali (2013:131) meliputi: Minat Transaksional, Minat Referensial, Minat Preferensial, Dan Minat Eksploratif.

Berdasarkan komentar yang diberikan oleh tamu yang pernah menginap di sikabu glamping payakumbuh pada *google review* dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1.1 *Google review* terhadap Sikabu Galmping Payakumbuh  
(Sumber: [https://www.google.com/sikabu\\_glampingpayakumbuh,2022](https://www.google.com/sikabu_glampingpayakumbuh,2022))

Dari ulasan tamu di *website* Sikabu Glamping Payakumbuh terdapat keluhan tamu mengenai rasa kecewa dengan pelayanan serta menyampaikan untuk tidak mau datang kembali. Sebagaimana yang di sampaikan oleh salah satu tamu melalui *google review*, yang membuat tamu mengutarakan untuk tidak mau datang kembali ke Sikabu Glamping Payakumbuh.

Dari observasi pertama dan wawancara penulis bersama *front desk agent* yang bernama ibuk Meli mengatakan bahwa adanya ketidak stabilan jumlah tamu yang menginap kembali di Sikabu Glamping Payakumbuh. Hal tersebut

dapat dilihat dari jumlah tamu yang berkunjung kembali di sikabu glamping payakumbuh sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Data Tingkat Kunjungan Tamu Ke Sikabu Glamping Payakumbuh**

No	Bulan	Jumlah tamu	Repeater Guest Percentase
1	Januari	379	1,3 %
2	Februari	479	1,6 %
3	Maret	506	1,2 %
4	April	215	0,8 %
5	Mei	412	2,4 %

Sumber: *Front Office Agent* Sikabu Glamping, 2022

Berdasarkan dari data diatas dapat dijelaskan bahwa pada bulan Januari – Mei tahun 2022 masih belum stabilnya tingkat kunjungan tamu ke Sikabu Glamping Payakumbuh. Terdapat peningkatan jumlah tamu dari bulan Februari dan Maret, sedangkan penurunan jumlah tamu pada bulan April dan Mei 2022.

Di lihat dari tabel di atas bahwa jumlah tamu yang melakukan pembelian ulang atau *revisit intention* di Sikabu Glamping Payakumbuh perbulannya tidak stabil. Dapat dilihat dari persentase paling tinggi hanya 2,4%. Ini bukan hanya sekedar persentase angka biasa, melainkan pasti ada pemicu dari rendahnya rata-rata persentase tamu yang menginap kembali di Sikabu Glamping Payakumbuh. Hal tersebut mungkin saja dipengaruhi oleh salah satu faktor dari *revisit intention* itu sendiri yaitu *physical environment*.

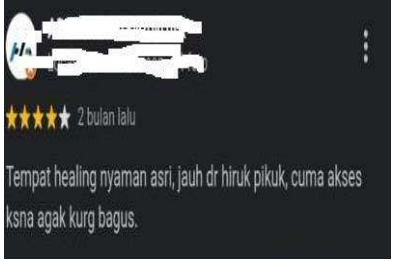
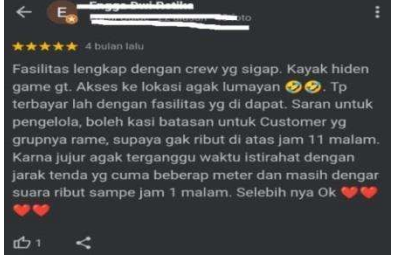
Dalam industri khususnya industri akomodasi, *revisit intention* tidak luput dari *physical environment*. *Physical environment* memiliki peran penting dalam

mempengaruhi perilaku konsumen dan menciptakan image penginapan. *Physical environment* adalah lingkungan fisik yang berfungsi sebagai pendukung pada suatu pelayanan jasa (Bitner dalam Umamah, 2018). Pada perusahaan penyedia jasa, *physical environment* merupakan aset utama untuk menarik konsumen. *Physical environment* adalah salah satu faktor penting yang menentukan kondisi psikologis dan perilaku konsumen. Ryu, & Jang (2007) menyebutkan indikator-indikator dari *physical environment* sebagai berikut: *Layout Accessibility, Facility Aesthetic, Electronic Equipment, Facility Cleanliness*.

Ketika *revisit intention* dipengaruhi oleh *physical environment*, tentunya salah satu perantara yang mempengaruhi adalah emosi dari tamu ketika menginap di Sikabu Glamping. Pengaruh *physical environment* terhadap *consumer emotions* sebagai *mediating* variabel telah mendapat perhatian yang signifikan dari para peneliti. Emosi yang meliputi perasaan dan suasana hati (*mood*) merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pembuatan keputusan konsumen (Park, dkk, 2000). *Consumer emotions* diartikan sebagai suasana hati yang dirasakan konsumen yang dapat menentukan dan mempengaruhi tingkat pengambilan keputusan konsumen (Tirmizi, dkk, 2009) . Menurut Joo, dkk (2006) mendefinisikan emosi adalah dampak dari suasana hati yang menjadi faktor penting dalam mempengaruhi konsumen ketika mengambil keputusan dalam membeli produk emosi terdiri dari dua dimensi yaitu emosi positif dan emosi negatif.



**Tabel 1.2 Hasil Google review tamu pada media internet di Sikabu Galmping Payakumbuh :**

No	Ulasan	Sumber
1	“Tempat healing nyaman, asri, jauh dari hiruk pikuk, cuma saja akses kesana agak kurang bagus.”	 <p>(<a href="https://www.google.com/sikabuglampingpayakumbuh">https://www.google.com/sikabuglampingpayakumbuh</a>,2022)</p>
2	“Fasilitas lengkap dengan crew yang sigap.kaya hidden game gitu. Akses ke lokasi lumayan namun terbayarlah dengan fasilitas yang didapat. Tapi tolong disarankan pada pengujung lain untuk diberi batasan keributan apalagi diatas jam 11 malam. Saya merasa terganggu dengan kebisingan apa lagi customer grup karena jarak tenda yang Cuma beberapa meter.”	 <p>(<a href="https://www.google.com/sikabuglampingpayakumbuh">https://www.google.com/sikabuglampingpayakumbuh</a>,2022)</p>

Berdasarkan ulasan yang penulis temui mengenai *physical environment* tentang indikator *Layout Accessibility*, penulis menemukan adanya keluhan beberapa tamu yang datang berkunjung. Tamu mengeluh mengenai akses jalan menuju Sikabu Glamping yang kurang bagus dan kebisingan dari tamu yang datang berkelompok. Hal tersebut mungkin saja dikarenakan kurang tepatnya penggunaan jalan di Sikabu Glamping tersebut. Dikarenakan akses jalan tersebut juga digunakan untuk fasilitas ATV Sikabu Glamping. Sedangkan keluhan kebisingan mungkin saja dikarenakan letak antar tenda kamar yang cukup berdekatan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis melihat jika kondisi ini tidak mendapat penanganan yang tepat tentunya akan berdampak buruk bagi pihak Sikabu Glamping Payakumbuh itu sendiri, seperti penurunan tingkat hunian kamar secara terus menerus. Oleh sebab itu, penulis memiliki pemikiran untuk melakukan penelitian guna melihat bagaimana pengaruh *physical environment* terhadap *revisit intention* yang dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul : “Pengaruh *Physical Environment* Terhadap *Revisit Intention* dengan *Consumer Emotions* sebagai *Mediating Variabel* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti kemukakan maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Terdapat keluhan tamu mengenai rasa kecewa dengan pelayanan sehingga menimbulkan rasa tidak ingin datang kembali ke Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.
2. Tidak stabilnya persentase tamu yang datang kembali (*Repeater Guest*) ke Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.
3. Terdapatnya ulasan dari salah satu pengunjung yang mengeluh terhadap fasilitas akses jalan menuju sikabu glamping yang kurang bagus.
4. Terdapatnya ulasan dari salah satu pengunjung yang mengeluh terhadap kebisingan oleh tamu lain dikarenakan tenda penginapan yang terlalu rapat.

### C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi masalah penelitian yang fokus mengkaji mengenai pengaruh *physical environment* terhadap *revisit intention* dengan *consumer emotions* sebagai mediating variable di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.

### D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *physical environment* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh ?
2. Bagaimana pengaruh *revisit intention* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh?
3. Bagaimana pengaruh *consumer emotions* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh?
4. Bagaimana pengaruh *physical environment* terhadap *revisit intention* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh ?
5. Bagaimana pengaruh *physical environment* terhadap *consumer emotions* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh ?
6. Bagaimana pengaruh *consumer emotions* terhadap *revisit intention* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh ?

7. Bagaimana pengaruh *physical environment* terhadap *revisit intention* melalui *consumer emotions* sebagai *mediating* variabel di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh ?

## **E. Tujuan Penelitian**

### **1. Tujuan Umum**

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *physical environment* terhadap *revisit intention* dengan *consumer emotions* sebagai *mediating* variabel di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.

### **2. Tujuan Khusus**

- a) Mendeskripsikan *physical environment* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.
- b) Mendeskripsikan *revisi intention* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.
- c) Mendeskripsikan *consumer emotions* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.
- d) Menganalisis pengaruh *physical environment* terhadap *revisit intention* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.
- e) Menganalisis pengaruh *physical environment* terhadap *consumer emotions* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.
- f) Menganalisis pengaruh *consumer emotions* terhadap *revisit intention* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.

g) Menganalisis pengaruh *physical environment* terhadap *revisit intention* melalui *consumer emotions* sebagai *mediating* variabel di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Ada pun manfaat yang penulis harapkan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi pengelola Sikabu Glamping

Untuk memberikan masukan dan informasi mengenai seberapa jauh pengaruh *physical environment* terhadap *revisit intention* di Sikabu Glamping Kota Payakumbuh.

2. Bagi Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang

Dapat memberi sumbangan untuk melengkapi dan memperkaya hasil karya ilmiah terutama dibidang kepariwisataan serta sebagai bahan referensi bagi pembaca di Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

3. Bagi Peneliti

Menerapkan teori dan memperdalam ilmu pengetahuan terutama dibidang kepariwisataan serta sebagai salah satu syarat untuk memenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S.St) di Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.