

ANALISIS PENGARUH CITRA DESTINASI, WOM (*Word of Mouth*), PROMOSI DAN DAYA TARIK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DENGAN KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Obyek Wisata Gunung Kemukus, Stagen, Jawa Tengah)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

FUAT MUSTHOFA

B 100150048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
Jl. A. Yani Tremol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: Ums@ums.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama: Dr.Muzakar Isa , S.E., M.Si.

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH CITRA DESTINASI, WOM (*Word Of Mouth*), PROMOSI
DAN DAYA TARIK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DENGAN
KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
(Studi Pada Obyek Wisata Gunung Kemukus, Stagen, Jawa Tengah)

Oleh:

FUAT MUSTHOFA

B 100 150 048

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 14 Oktober 2019

Pembimbing

Dr.Muzakar Isa , S.E., M.Si.

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH CITRA DESTINASI, WOM (*Word Of Mouth*), PROMOSI DAN DAYA TARIK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DENGAN KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Obyek Wisata Gunung Kemukus, Stagen, Jawa Tengah)

Yang ditulis dan disusun oleh:

FUAT MUSTHOFA

B 100 150 048

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 14 Oktober 2019

Pembimbing

(Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Syamsudin, M.M.)





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **FUAT MUSTHOFA**
NIRM : **B 100 150 048**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH CITRA DESTINASI, WOM
(WORD OF MOUTH), PROMOSI DAN DAYA
TARIK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
DENGAN KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**
(Studi Pada Obyek Wisata Gunung Kemukus, Stagen,
Jawa Tengah)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 14 Oktober 2019

Yang Membuat Pernyataan,

Fuat Musthofa

MOTTO

“Sedangkan sebetulnya cara mendapatkan hasil itulah yang lebih penting daripada hasil itu sendiri.”

(Tan Malaka)

“Tangga menuju langit adalah kepalamu, maka letakkan kakimu diatas kepalamu. Untuk mencapai Tuhan injak-injaklah pikiran dan kesombongan rasionalmu.”

(Sudjiwo Tejo)

“Orang yang pesimis selalu melihat kesulitan di setiap kesempatan, tapi orang yang optimis selalu melihat kesempatan dalam setiap kesulitan.”

(Ali bin Abi Thalib)

“Berterimakasihlah pada segala yang memberi kehidupan.”

(Pramoedya Ananta Toer)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh suka cita teriring doa dan puji syukur atas anugerah yang diberikan Allah SWT, kupersembahkan karya sederhana ini kepada:

- Bapak Sri Widodo dan Ibu Sukarti yang selalu memberikan kasih sayang yang tak ternilai, kesabaran dalam mendidikku selama ini, serta do'a yang tiada henti yang selalu mengiringi setiap langkahku.
- Adik-adikku Dicky Firmansyah dan Toriq Maulana Irsad yang telah selalu memberikan dukungan dan untaian do'a kepadaku.
- Dosen pembimbingku, Bapak Dr.Muzakar Isa, S.E., M.Si. yang telah sabar membimbingku dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Sahabatku Taufik, Abdan, Madya yang telah memberikan semangat dan selalu mendukungku selama ini.
- Keluarga kelas B Manajemen UMS angkatan 2015 yang telah menemaniku dan mendukungku selama ini.
- Almamaterku

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variabel citra destinasi, WOM (*Word of Mouth*) promosi dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung dengan kepuasan wisatawan. Penelitian ini dilakukan di obyek wisata Gunung Kemukus Sragen. Sampel yang diambil dalam studi tersebut sebanyak 100 responden, yang kemudian setelah dianalisa terkumpul 96 responden yang layak. Metode analisis yang digunakan adalah analisis *path*. Hasil penelitian ini adalah: (1) citra destinasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai probabilitas $0,504 > 0,05$, (2) *word of mouth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai probabilitas $0,119 > 0,05$, (3) promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai probabilitas $0,133 > 0,05$, (4) daya Tarik berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai probabilitas $0,094 > 0,05$, (5) kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai probabilitas $0,003 < 0,05$, (6) citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai probabilitas $0,002 < 0,05$, (7) *word of mouth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai probabilitas $0,200 > 0,05$, (8) promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai probabilitas $0,225 > 0,05$, (9) daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai probabilitas $0,025 < 0,05$, (10) tidak ada pengaruh antara citra destinasi, *word of mouth*, promosi dan daya Tarik terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan wisatawan.

Kata Kunci: Citra Destinasi, *Word of Mouth*, Promosi, Daya Tarik, Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of destination image variables, WOM (Word of Mouth) promotion and attractiveness towards visiting decisions with tourist satisfaction. This research was conducted in the tourism object of Mount Kemukus Sragen. Samples taken in the study were 100 respondents, which then after being analyzed collected 96 decent respondents. The results found that: (1) destination image has a positive and not significant effect on tourist satisfaction with a probability value of $0.504 > 0.05$, (2) Word of Mouth has a positive and not significant effect on tourist satisfaction with a probability value of $0.119 > 0.05$, (3) promotion has a positive and not significant effect on tourist satisfaction with a probability value of $0.133 > 0.05$, (4) Attractiveness has a positive and not significant effect on tourist satisfaction with a probability value of $0.094 > 0.05$, (5) tourist satisfaction has a positive effect and significant to the decision of visiting with a probability value of $0.003 < 0.05$, (6) destination image has a positive and significant effect on the decision of visiting with a probability value of $0.002 < 0.05$, (7) word of mouth has a positive and not significant effect on a decision to visit with probability value $0.200 > 0.05$, (8) promotion has a positive and not significant effect on the decision to visit with a value of p robability $0.225 > 0.05$, (9) attractiveness has a positive and significant effect on visiting decisions with a probability value of $0.025 < 0.05$, (10) there is no influence between destination image, word of mouth, promotion and attractiveness on visiting decisions through tourist satisfaction.

Keywords: Destination Image, Word of Mouth, Promotion, Attraction, Decision

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah (سبحانه وتعالى) yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Wom (*Word Of Mouth*), Promosi Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening”. Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad ﷺ yang dengan perjuangan telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si. selaku Dekan Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr.Muzakar Isa, S.E., M.Si. selaku pembimbing yang dengan sabar telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan khususnya Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah rela membimbing serta membagikan ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

6. Bapak Sri Widodo dan Ibu Sukarti yang telah memberikan kasih sayang dan perhatian yang tiada habisnya serta telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk segala keputusan yang diambil.
7. Adik-adikku Dicky Firmnsyah dan Toriq Maulana Irsad yang selalu memberikan motivasi dan membantu penyelesaian skripsi ini.
8. Sahabatku Taufik, Abdan, Madya yang telah memberikan saran-saran yang sangat membantu dalam terselesaikannya Tugas Akhir.
9. Keluarga besar kelas B Manajemen UMS angkatan 2015 yang telah memberikan semangat selama ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Demikian ucapan terimakasih dari penulis, semoga segala bantuan kepada penulis dapat menjadi amal kebaikan. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Surakarta, 28 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penelitian.....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 11
A. Landasan Teori	11
1. Pemasaran	11
2. Citra Destinasi.....	11
3. WOM (<i>Word of Mouth</i>)	13
4. Promosi	15
5. Daya Tarik.....	16
6. Kepuasan Wisatawan	17

7. Keputusan Berkunjung.....	19
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Pemikiran	23
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional.....	26
C. Data dan Sumber Data	29
D. Metode Pengumpulan Data.....	29
E. Desain Pengambilan Sampel	30
F. Metode Analisis	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Gambaran Umum Dan Objek Penelitian	39
B. Hasil Analisis Deskriptif.....	40
1. Karakteristik Responden	40
a. Jenis Kelamin	40
b. Usia.....	40
c. Pekerjaan	41
d. Pendidikan	41
e. Pendapatan.....	42
2. Uji Instrumental	43
a. Uji Validitas	43
b. Uji Reliabilitas	45
3. Uji Asumsi klasik.....	46
a. Uji Normalitas	46
b. Uji Multikolineritas	47
c. Uji Heterokedastisitas.....	48
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
5. Uji Ketepatan Model Penduga	52
a. Uji F 1.....	52

b. Uji F 2.....	53
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
6. Uji Hipotesis (<i>t test</i>)	54
7. Analisis Path	58
a. Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Intervening Kepuasan Berkunjung	59
b. WOM Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Intervening Kepuasan Berkunjung	60
c. Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Intervening Kepuasan Berkunjung	62
d. Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Intervening Kepuasan Berkunjung	63
8. Pembahasan	65
a. Citra Destinasi Dan Kepuasan Wisatawan	65
b. Pengaruh WOM Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	66
c. Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	67
d. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	67
e. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung.....	68
f. Pengaruh WOM Terhadap Keputusan Berkunjung	69
g. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	70
h. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung	71
i. Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung	71
j. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Mediasi Kepuasan Berkunjung.....	72
k. Pengaruh WOM Terhadap Keputusan Keputusan Berkunjung Dengan Mediasi Kepuasan Berkunjung.....	73
l. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dengan Mediasi Kepuasan Berkunjung	73
m. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Mediasi Kepuasan Berkunjung	74

BAB V	PENUTUP	75
	A. Simpulan	75
	B. Keterbatasan Penelitian.....	76
	C. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Diskripsi Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2	Diskripsi Usia.....	40
Tabel 4.3	Diskripsi Pekerjaan	41
Tabel 4.4	Diskripsi Pendidikan	42
Tabel 4.5	Diskripsi Pendapatan.....	42
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Destinasi	43
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i>	43
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik	44
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Wisatawan.....	44
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung	45
Tabel 4.12	Hasil Uji Reabilitas	45
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas Persamaan 1	46
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas Persamaan 2	46
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 1	47
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 2	48
Tabel 4.17	Hasil Uji Heteroksedastitas Persamaan 1	49
Tabel 4.18	Hasil Uji Heteroksedastitas Persamaan 2	49
Tabel 4.19	Hasil Regresi Berganda Persamaan 1.....	50
Tabel 4.20	Hasil Regresi Berganda Persamaan 2.....	51
Tabel 4.21	Hasil Analisis Path	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1	Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkungung Dengan Intervening	59
Gambar 4.2	WOM Terhadap Keputusan Berkungung Dengan Intervening	60
Gambar 4.3	Promosi Keputusan Berkungung Dengan Intervening	62
Gambar 4.4	Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkungung Dengan Intervening	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Hasil Kuesioner

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS