

**PENGARUH IKLAN, *WORD OF MOUTH* (WOM), DAN PUBLISITAS  
PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI MINAT BERKUNJUNG  
TEMPAT WISATA TENGGIR PARK  
(STUDI PADA MASYARAKAT PENGGUNA INSTAGRAM DI WILAYAH  
KARESIDENAN SURAKARTA)**



**SKRIPSI**

Disusun Guna Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Oleh:**

**AVIANTO LIMARAN**

**B 100 160 121**

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

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi telah membaca skripsi dengan judul:

***PENGARUH IKLAN, WORD OF MOUTH (WOM), DAN PUBLISITAS PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI MINAT BERKUNJUNG TEMPAT WISATA TENGGIR PARK***

***(STUDI PADA MASYARAKAT PENGGUNA INSTAGRAM DI WILAYAH KARESIDENAN SURAKARTA)***

Yang ditulis dan disusun oleh:

**AVIANTO LIMARAN**

**B 100 160 121**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 6 Januari 2021

Pembimbing Utama,



**( Kussudyarsana, S.E, M.Si, Ph.D )**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



**( Dr. Syamsudin, M.M. )**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **AVIANTO LIMARAN**  
NIM : **B 100 160 121**  
Jurusan : **MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Iklan, Word Of Mouth (WOM),  
Dan Publisitas Pada Keputusan Berkunjung  
Melalui Minat Berkunjung Tempat Wisata  
Tenggir Park (Studi Pada Masyarakat  
Penguna Instagram Di Wilayah Karisidinan  
Surakarta)**

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 dijelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan 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, 16 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,

**AVIANTO LIMARAN**

## **MOTTO**

*Bangsa yang tidak percaya kepada kekuatan dirinya sebagai suatu bangsa, tidak dapat berdiri sebagai suatu bangsa yang merdeka.*

*(Soekarno)*

*Semuanya kelihatan tidak mungkin, sampai segala sesuatu selesai.*

*(Nelson Mandela)*

*Untuk sukses, sikap sama pentingnya dengan kemampuan.*

*(Walter Scott)*

*Ketika seseorang menghina kamu, itu adalah sebuah pujian bahwa selama ini mereka menghabiskan waktu untuk memikirkan kamu, bahkan ketika kamu tidak memikirkan mereka.*

*(Habibie)*

*Aku ini bukan apa-apa kalua tanpa rakyat, aku besar karena rakyat, berjuang karena rakyat, dan aku penyambung lidah rakyat.*

*(Soekarno)*

*Tangan yang diatas lebih baik daripada tangan yang dibawah. Dan mulailah dari orang yang menjadi tanggunganmu. Dan sebaik-baik sedekah adalah yang dikeluarkan dari orang yang tidak membutuhkannya. Barangsiapa menjaga kehormatan dirinya maka Allah akan menjaganya dan barangsiapa yang merasa cukup maka Allah akan memberikan kecukupan kepadanya.*

*(HR. Bukhori)*

## **PERSEMBAHAN**

Dengan Menyebut Nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Alhamdulillahirabbil'amin, Sebagai ungkapan rasa syukur dan terimakasih dengan segala kerendahan hati, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. ALLAH SWT yang telah memberikan RidhaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan karya ini.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Sri Harto, S.T. dan Ibu Sri Harmini, S.H., M.M. sebagai salah satu bentuk bakti saya dan tugas utama saya untuk menyelesaikan studi perkuliahan dengan sebaik-baiknya, membimbing, mengarahkan, dan mendukung secara penuh di setiap langkah saya dengan segala doa dan harapannya.
3. Keluarga besarku dan terutama untuk nenek saya yang telah selalu memberikan semangat, dukungan, hingga doa untuk saya.
4. Teman – teman saya seperjuangan perkuliahan maupun temen-temen masa pondok saya yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk saya.
5. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menguji secara empiris pengaruh iklan, *word of mouth* (WOM) dan publisitas terhadap minat berkunjung tempat Wisata Tenggir Park. Untuk menguji secara empiris pengaruh iklan, *word of mouth* (WOM), publisitas dan minat berkunjung terhadap keputusan berkunjung tempat Wisata Tenggir Park. Untuk menguji secara empiris pengaruh iklan, *word of mouth*, publisitas terhadap keputusan berkunjung yang dimediasi oleh minat berkunjung tempat Wisata Tenggir Park. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung sebagai pengguna instagram sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 121 responden.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung di Tempat Wisata Tenggir Park. *Word of mouth* (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung di Tempat Wisata Tenggir Park. Publisitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung di Tempat Wisata Tenggir Park. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Tempat Wisata Tenggir Park. *Word of mouth* (WOM) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Tempat Wisata Tenggir Park. Publisitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Tempat Wisata Tenggir Park. Minat berkunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Tempat Wisata Tenggir Park. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening. Ada pengaruh positif dan signifikan *word of mouth* (WOM) terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening. Ada pengaruh positif dan signifikan publisitas terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Iklan, *Word of Mouth* (WOM), Publisitas, Minat dan Keputusan Berkunjung

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to empirically assess the influence, word of mouth (WOM) and publicity on the interest in advertising for the tourism Tenggir Park. Empirical effect of advertising, words that are brought together by publicity on caged decisions are mediated y the interest in visiting Tenggir Tourism places. While the population in this study are visitors as Instagram users while the sample used is 121 respondents. Based on the research, it is known that advertising has a positive and significant effect on the interest in visiting the Tenggir Park. Word of mouth (WOM) has a positive and significant effect on the interest in visiting the Tenggir Park Tourist Place. Publicity has a positive and significant effect on the interest in visiting the Tenggir Park Tourist Place. Word of mouth has a positive and significant effect on the interest in visiting the Tenggir Park Tourist Place. Publicity doest no have a positive and significant effect on the interest in visiting the Tenggir Park Tourist Place. Interest in visiting has a positive and significant effect on the interest in visiting the Tenggir Park Tourist Place. Advertising has a positive and significant effect on the interest in visiting decision in interest visits as an intervening variable. There is a positif and significant effect of word of mouth (WOM) on visiting visits in visits as an intervening variable. There is a positive and significant effect of publicity on visits in visits as an intervening variable.*

*Keywords: Advertising, Word of Mouth (WOM), Publicity, Interest and Visiting Decisions*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan, *Word of Mouth*, dan Publisitas pada Keputusan Berkunjung melalui Minat Berkunjung Tempat Wisata Tenggir Park (Studi pada Masyarakat Pengguna Instagram di Wilayah Karesidenan Surakarta)”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku 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, SE., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dewan penguji, yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk menguji skripsi ini guna membawa kualitas penulisan kearah yang lebih baik.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang rela membimbing serta menularkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa
7. Bapak Sri Harto. S.T. dan Ibu Sri Harmini, S.H., M.M. terimakasih atas doa dan curahan kasih sayang, dukungan dan pengorbanan tak terbatas yang tidak



bisa penulis ungkapkan dengan kata-kata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun untuk tercapainya kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Surakarta, 1 Januari 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Iklan.....	12
B. <i>Word of Mouth</i> .....	14
C. Publisitas.....	16
D. Minat Berkunjung.....	18
E. Keputusan Berkunjung.....	18
F. Penelitian Terdahulu.....	21
G. Hipotesis .....	22
H. Kerangka Pemikiran .....	26
BAB II METODE PENELITIAN.....	28
A. Jenis Penelitian .....	28

B. Populasi dan Sampel.....	28
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	30
D. Data dan Sumber Data.....	35
E. Metode Pengumpulan Data .....	36
F. Desain Pengambilan Sampel .....	37
G. Metode Analisis Data .....	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Deskripsi Responden .....	41
B. Analisis Data.....	43
C. Pembahasan .....	63
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Keterbatasan Penelitian .....	69
C. Saran .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN.....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Hasil Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 2.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	34
Tabel 3.	Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	41
Tabel 4.	Karakteristik Usia Responden .....	41
Tabel 5.	Karakteristik Pekerjaan Responden.....	42
Tabel 6.	Karakteristik Pemasukan Responden .....	42
Tabel 7.	<i>Outer Loadings</i> .....	45
Tabel 8.	<i>Average Variant Extracted (AVE)</i> .....	46
Tabel 9.	<i>Composite Reliability</i> .....	47
Tabel 10.	<i>Cronbach's Alpha</i> .....	48
Tabel 11.	<i>Collinearity Statistics (VIF)</i> .....	49
Tabel 12.	<i>R Square</i> .....	51
Tabel 13.	Hasil Pengujian Pengaruh Langsung ( <i>Path Coefficients</i> ) .....	53
Tabel 14.	Hasil Pengujian Tidak Langsung ( <i>Indirect Effects</i> ) .....	56
Tabel 15.	Pengaruh Total Hubungan antara iklan terhadap keputusan berkunjung, dan minat berkunjung sebagai Variabel Intervening .....	59
Tabel 16.	Pengaruh Total Hubungan antara Word of mouth (WOM) dan Keputusan berkunjung dengan Minat berkunjung sebagai Variabel Intervening .....	60
Tabel 17.	Pengaruh Total Hubungan antara Publisitas dan Keputusan berkunjung dengan Minat berkunjung sebagai Variabel Intervening..	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 2. Auter Model .....	43
Gambar 3. Pengaruh Total Hubungan Iklan dan Keputusan berkunjung dengan Minat berkunjung sebagai variabel Intervening .....	59
Gambar 4. Pengaruh Total Hubungan word of mouth (WOM) dan keputusan berkunjung dengan minat berkunjung sebagai variabel Intervening	61
Gambar 5 Pengaruh Total Hubungan publisitas dan keputusan berkunjung dengan minat berkunjung sebagai variabel Intervening .....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Pengujian Statistik.....	73
--	----