

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN, FAMILIARITAS,
SERTA CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
MASYARAKAT LOKAL**

(Studi Kasus Pada Tugu Khatulistiwa Pontianak)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Regozamil Reo

NIM : 43113010142

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Regozamil Reo

NIM : 43113010142

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Februari 2017

UNIVERSITA
MERCU BUANA



Regozamil Reo

NIM: 43113010142

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Regozamil Reo
NIM : 43113010142
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Analisis pengaruh bauran pemasaran, familiaritas, serta citra destinasi terhadap minat berkunjung masyarakat local (Studi Kasus Pada Tugu Khatulistiwa Pontianak)

Tanggal Ujian Skripsi : 14 Maret 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji



(Dr. Rina Astini, SE., MM)

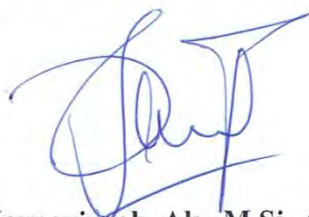
(Rvani Dhyan Parashakti, SE., MM)

Tanggal: 16/3 2017

Tanggal: 15 Maret 2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1



(Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA)

(Dudi Permana, ST., MM., Ph.D)

Tanggal:

Tanggal: 16/3 2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran, Familiaritas, serta Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Lokal (Studi Kasus Pada Tugu Khatulistiwa Pontianak)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Mardio dan Ibu Mustikawati yang selalu memberikan doa, serta inspirasi yang tak ternilai harganya dan semua dukungan baik moril maupun materiil, tak lupa pula untuk adik tercinta saya

Nonny Nelsa yang selalu memberikan doa, motivasi, dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Bapak Dudi Permana, ST., MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1. Bapak Muhammad Soelton, Spsi, MM selaku Sekertaris Program Studi Manajemen S1. dan Ibu Ryani Dhyan Parashakti, SE., MM selaku Sekretaris 2 Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Sahabat terbaik saya Evrida Rialisani, Arum Sari dan Elvira Rozhaoktaviani yang selalu setia menemani, memberikan semangat, dan memotivasi.
6. Para teman dan sahabat tercinta Taufan Aditya Putra, Ana Ismaya, Nirmawastuti, Dessi Komala, Megawati, Ryan Dwi Seno Aji, Ahmad Juniarto Utomo, Cut Ilyus Novita, Riplasasti Triananda Putri, dan Ana Nasywa yang selalu setia membantu dan mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini
7. Teman-teman seperjuangan yang telah bersedia dan membantu untuk memberikan baik dari segi pengetahuan ataupun informasi.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi dan doanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 18 Februari 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Regozamil Reo

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1. Tujuan Penelitian	12
2. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	14
1. Defenisi Manajemen Pemasaran	14
2. Defenisi Pemasaran Pariwisata	15
3. Bauran Pemasaran	18
4. Familiaritas Destinasi	22
5. Citra Destinasi	24
6. Minat Kunjungan	28
B. Penelitian Terdahulu	30

C. Hubungan Antar Variabel	31
1. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjungan	31
2. Pengaruh Familiaritas Destinasi Terhadap Minat Berkunjung	32
D. Rerangka Pemikiran.....	

34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	36
1. Waktu Penelitian	36
2. Tempat Penelitian	36
B. Desain Penelitian.....	36
C. Defenisi dan Operasional Variabel.....	37
1. Pengertian Variabel	37
2. Defenisi Opersional Variabel	38
D. Pengukuran Variabel.....	42
E. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi	42
2. Sampel	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Jenis Data Penelitian	44
H. Metode Analisis Data	45
1. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	45
a). Tahap-Tahap dalam SEM.....	47
2. Uji Validitas.....	52

3. Uji Reliabilitas.....	52
4. Uji Hipotesis.....	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Statistik Deskriptif.....	56
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	57
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Sebaran Wilayah	60
C. Karakteristik Jawaban Responden.....	61
1. Karakteristik Jawaban Responden Variabel Bauran Pemasaran ...	61
2. Karakteristik Jawaban Responden Variabel Familiaritas	62
3. Karakteristik Jawaban Responden Variabel Citra Destinasi	63
D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian.....	64
1. Variabel Bauran Pemasaran	65
2. Variabel Familiaritas	67
3. Variabel Citra Destinasi	69
4. Variabel Minat Berkunjung.....	72
E. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	74
1. Uji Kecocokan Model Pengukuran Keseluruhan	74
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	77
3. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	79
F. Analisis Hasil Penelitian.....	81

1. Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung.....	81.
2. Analisis Familiaritas Terhadap Minat Berkunjung	81
3. Analisis Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung.....	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	83
B. Saran	84
DAFTARPUSTAKA	87
LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

No. Keterangan Halaman

1.1 Data Kunjungan Wisatawan Nusantara di Tugu Khatulistiwa.....	3
1.2 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Tugu Khatulistiwa.....	5
1.3 Hasil Pra Studi Responden yang Pernah Berkunjung.....	6
1.4 Hasil Pra Studi yang Belum Pernah Berkunjung.....	8
2.1 Indikator-indikator Variabel Familiaritas Destinasi.....	24
2.2 Indikator-indikator Dimensi Citra Afektif.....	27
2.3 Indikator-indikator Dimensi Citra Kognitif.....	28
2.4 Indikator-indikator Variabel Minat Kunjungan.....	29
2.5 Penelitian Terdahulu.....	30
3.1 Defenisi Operasional Variabel.....	40
3.2 Instrumen Skala Likert.....	42
4.1 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Bauran Pemasaran.....	61
4.2 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Familiaritas.....	62
4.3 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Citra Destinasi.....	63
4.4 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran.....	66
4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran.....	67
4.6 Uji Validitas Variabel Familiaritas.....	68
4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Familiaritas.....	69
4.8 Uji Validitas Variabel Citra Destinasi.....	70
4.9 Hasil Uji Reliabilitas Citra Destinasi.....	71
4.10 Uji Validitas Minat Berkunjung.....	72

4.11 Hasil Uji Reliabilitas Minat Berkunjung.....	73
4.12 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	75
4.13 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Modifikasi)	76
4.14 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Model Penelitian	78
4.15 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	79



DAFTAR GAMBAR

No. Keterangan Halaman

2.1 <i>Marketing Mix</i>	20
2.2 Dimensi-dimensi Variabel Familiaritas	23
2.3 RerangkaPemikiran	34
4.1 Jenis Kelamin Responden	56
4.2 Usia Responden	57
4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.4 Wilayah Tinggal Responden	60
4.5 Model Pengukuran Variabel Bauran Pemasaran	65
4.6 Model Pengukuran Variabel Familiaritas	68
4.7 Model Pengukuran Variabel Citra Destinasi.....	70
4.8 Model Pengukuran Variabel Minat Berkunjung.....	72
4.9 Model Pengukuran Variabel Penelitian	74
4.10 Model Pengukuran Variabel Penelitian Setelah Modifikasi	76
4.11 Model Struktural (T-Value)	78