

**PENGARUH *TOURIST ATTRACTION*, *CITY BRANDING* DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP *VISIT*
DESICISION KE KEPULAUAN SERIBU**

SKRIPSI



Nama : Shella Silvia Yahya

NIM : 43115120405

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2020

**PENGARUH *TOURIST ATTRACTION, CITY BRANDING* DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP *VISIT*
DESICISION KE KEPULAUAN SERIBU**

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



Nama : Shella Silvia Yahya

NIM : 43115120405

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI - A

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Shella Silvia Yahya

NIM : 43115120405

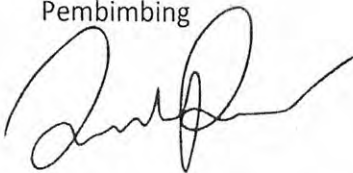
Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Tourist Attraction, City Branding dan Electronic Word of Mouth* Terhadap *Visit Decision* Ke Kepulauan Seribu.

Tanggal Lulus Ujian : 16 Desember 2020

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dudi Permana, Ph.D

Tanggal :



Ketua Penguji

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si

Tanggal :

Dekan



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS.

Tanggal :

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal :

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shella Silvia Yahya

Nim : 43115120405

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 September 2020



Shella silvia yahya
NIM 43115120405

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengaruh Tourist Attraction, City Branding dan Electronic Word of Mouth terhadap Visit Decision ke Kepulauan Seribu. Dalam penelitian ini populasinya adalah Penduduk Wilayah Jakarta yang termasuk Angkatan kerja dengan rentang usia 15-64 tahun sebanyak 795.359 Jiwa. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel sehingga didapatkan sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Component* atau *Variance Based Structural Equation Model* dimana dalam pengolahan datanya menggunakan program *Partial Least Square (Smart-PLS)* versi 3.0 PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Tourist Attraction*, *City Branding* dan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Visit Decision*. Saran yang diajukan pada penelitian ini agar pengelola Kepulauan Seribu harus meningkatkan *engagement* dengan calon pengunjung dengan membuat instagram Kepulauan Seribu dengan menampilkan konten-konten yang kekinian.

Kata Kunci: *Visit Decision, Tourist Attraction, City Branding, Electronic Word of Mouth*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the influence of Tourist Attraction, City Branding and Electronic Word of Mouth on Visit Decision to the Thousand Islands. In this study the population is the population of the Jakarta area which includes the workforce with an age range of 15-64 years as many as 795,359 people. This research uses the Slovin formula because the sampling process is to obtain a sample of 100 respondents. The data analysis method used in this study is the Component or Variance Based Structural Equation Model where the data processing uses the Partial Least Square (Smart-PLS) version 3.0 PLS program. The results of this study indicate that Tourist Attraction, City Branding and Electronic Word of Mouth have a positive and significant effect on Visit Decision. Suggestions put forward in this study are that the managers of the Thousand Islands must increase engagement with potential visitors by creating a Thousand Islands Instagram by displaying current content

Keyword: Visit Decision, Tourist Attraction, City Branding, Electronic Word of Mouth



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-nya yang telah memberikan kemudahan pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Tourist Attraction, City Branding dan Electronic Word of Mouth Terhadap Visit Decision Ke Kepulauan Seribu”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program S1 serta untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama :

1. Bapak Dudi Permana, Ph.D, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

5. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si & Ibu Febrina Mahliza, SE, M.Si selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Teristimewa, kepada kedua orang tua tercinta (Ayah Suprana) yang telah mendukung penulis memberikan semangat, dan dukungan baik secara moril maupun materil agar penulis dapat lancar menjalani kuliah dan ibuku (Ibu Trisnawati) dan Adikku Fachry Alfarizy tersayang yang selalu memotivasi dan memberikan doa agar penulis dapat menggapai cita-cita.
9. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
10. Seluruh Karyawan dan Pengunjung Kepulauan Seribu yang telah bersedia membantu menjadi responden pada penelitian ini.
11. Teman “seperjuangan” (Nur Mursalati Loka, Linda, Ajeng Nurmala, Mega) yang telah berbagi suka duka dan saling memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi.

12. Sahabat-sahabat (Farisah Nurul Fathya, Rezky Nurtiara, Chintia) yang selalu memberikan motivasi dan semangat pada penulis.

13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 26 September 2020

Shella Silvia Yahya

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Perilaku Konsumen	10
a. Definisi Perilaku Konsumen	10
b. Teori Perilaku Konsumen	12
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
2. Tourist Attraction	20
a. Definisi Tourist Attraction	20
b. Klasifikasi Tourist Attraction	21
c. Komponen Tourist Attraction	22
d. Faktor Pembentukan Tourist Attraction	23
e. Dimensi dan Indikator Attraction	25
3. City Branding	27
a. Definisi City Branding	27

b.	Kriteria City Branding.....	29
c.	Tujuan City Branding.....	30
d.	Pengukuran City Branding.....	31
e.	Metode City Branding.....	32
f.	Dimensi dan Indikator City Branding.....	34
4.	Electronic Word of Mouth (E-WOM)	35
a.	Definisi Electronic Word of Mouth (E-WOM).....	35
b.	Perbedaan Electronic Word of Mouth dan Word of Mouth.....	38
c.	Dimensi dan Indikator Electronic Word of Mouth	39
5.	Visit Decision.....	39
a.	Definisi Visit Decision.....	39
b.	Faktor-faktor Visit Decision	40
c.	Dimensi dan Indikator Visit Decision.....	43
B.	Pengembangan Hipotesis	44
1.	Penelitian Terdahulu	44
2.	Kerangka Pemikiran.....	47
a.	Pengaruh Tourist Attraction terhadap Visit Decision	47
b.	Pengaruh City Branding terhadap Visit Decision	48
c.	Pengaruh Electonic Word of Mouth terhadap Visit Decision.....	49
C.	Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN		52
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	52
B.	Desain Penelitian.....	52
C.	Definisi dan Operasional Variabel	53
1.	Definisi Variabel	53
2.	Definisi Variabel Operasional.....	55
D.	Skala Pengukuran Variabel	56
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	57
1.	Populasi	57
2.	Sampel.....	58

F. Metode Pengumpulan Data	58
G. Metode Analisis Data	59
1. Evaluasi Measurement (Outer) Model (Validitas dan Reliabilitas)	60
2. Penguji Model Struktural (Inner Model)	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Gambaran Umum Lokasi atau Obyek Penelitian.....	63
B. Analisis Statistik Deskriptif	67
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	69
D. Analisis Data	73
1. Component Based Structural Modelling.....	73
2. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	73
a. Convergent Validity	74
b. Convergent Validity setelah Modifikasi	76
c. Uji Average Variance Extracted (AVE)	78
d. Uji Discriminant Validity.....	79
e. Hasil Uji Reliabilitas	80
3. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	81
a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R).....	81
b. Nilai Predictive Relevance (Q Square).....	82
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	83
E. Pembahasan Hasil Penelitian	86
1. Pengaruh Tourist Attraction terhadap Visit Decision	86
2. Pengaruh City Branding terhadap Visit Decision	87
3. Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Visit Decision ...	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Pra- Survey	5
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1 Definisi Variabel Operasional	55
Tabel 3.2 Skala Penelitian Kuesioner	57
Tabel 4.1 Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Persebaran Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.3 Persebaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
Tabel 4.4 Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.5 Persebaran Responden Berdasarkan Perbulan	69
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Visit Decision	69
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Tourist Attraction	70
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel City Branding	71
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Electronic Word of Mouth	72
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Convergent Validity	75
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Convergent Validity Modifikasi	77
Tabel 4.12 Hasil Pengujian AVE	78
Tabel 4.13 Uji Fornell Lacker Criterion	79
Tabel 4.14 Hasil Nilai Cross Loading	80
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Reliabilitas	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82
Tabel 4.17 Hasil Uji Nilai Predictive Relevance (Q)	82
Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh antar Variabel	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kontribusi Devisa Sektor Pariwisata.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Wisatawan Kepulauan Seribu	4
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	12
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen (Kotler dan Armstrong (2016)).....	14
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian	50
Gambar 4.1 Rancangan Outlier Model.....	74
Gambar 4.2 Hasil Output Diagram Jalur Awal	75
Gambar 4.3 Hasil Output Diagram Jalur (Modifikasi)	77
Gambar 4.4 Hasil Uji Bootstrapping.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2 Data Deskriptif Responden.....	102
Lampiran 3 Data Deskriptif Variabel.....	106
Lampiran 4 Evaluasi Model Pengukuran.....	121
Lampiran 5 Evaluasi Model Struktural.....	123



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A