



**ANALISIS PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK, BAURAN PROMOSI,  
DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
DI JUNGLE FESTIVAL BOGOR**



**TESIS**

**UNIVERSITAS  
OLEH :  
LA ODE SABARUDDIN**

**NIM : 55113120274**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2016**



**ANALISIS PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK, BAURAN PROMOSI,  
DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
DI JUNGLE FESTIVAL BOGOR**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
**LA ODE SABARUDDIN**

**NIM : 55113120274**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2016**

## **ABSTRACT**

*Jungle Festival Bogor is one of theme park rides that have the greatest game in the city of Bogor, which is one option to travel and play with family and friends. This study aims to determine the effect of product availability, promotional mix, and the image of destinations decision to visit in the Jungle Festival Bogor.*

*These samples included 350 respondents who were visitors Jungle Festival Bogor and selected at random. Testing the hypothesis used t-test at significance level ( $\alpha$ ) of 5%. To test the validity and reliability of research data using LISREL program. Meanwhile to know the correlation between dimensions is done by using SPSS.*

*The results showed that the availability of the products significantly affect the decision to visit with 31.47 t-value which means it has been qualified as significant a relationship that t-value  $> 1.96$ . Promotion mix significantly influence the decision to visit with 12.78 t-value which means it has been qualified as significant a relationship that Nitai t-value  $> 1.96$ . Whatever image significantly influence the decision to visit with 25.17 t-value which means it has been qualified as significant a relationship that t-value  $> 1.96$ .*

*Keywords: Availability Product, Promotion Mix, Citra Destinations, Decision Been*



## ABSTRAK

Jungle Festival Bogor adalah salah satu *theme park* yang memiliki wahana permainan terbesar di Kota Bogor yang merupakan salah satu pilihan untuk berwisata dan bermain bersama keluarga dan teman-teman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketersediaan produk, bauran promosi, dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di Jungle Festival Bogor. Sampel penelitian berjumlah 350 responden yang merupakan pengunjung Jungle Festival Bogor dan dipilih secara random. Pengujian hipotesis digunakan t-hitung pada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 5%. Untuk melakukan pengujian validitas dan reliabilitas data penelitian ini menggunakan program Lisrel. Sementara itu untuk mengetahui nilai korelasi antar dimensi dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan produk mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t-hitung 31,47 yang berarti telah memenuhi syarat signifikannya suatu hubungannya yaitu nilai t-hitung  $> 1,96$ . Bauran promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t-hitung 12,78 yang berarti telah memenuhi syarat signifikannya suatu hubungannya yaitu nilai t-hitung  $> 1,96$ . Citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t-hitung 25,17 yang berarti telah memenuhi syarat signifikannya suatu hubungannya yaitu nilai t-hitung  $> 1,96$ .

Kata Kunci: Ketersediaan Produk, Bauran Promosi, Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung

MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk, Bauran promosi, dan Citra  
Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Jungle Festival Bogor  
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan  
Nama : La Ode Sabaruddin  
NIM : 55113120274  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : 13 Februari 2017

Mengesahkan

Pembimbing Utama



(Dr. Rina Astini SE., MM.)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Prodi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Aty Herawati M.Si.)

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul : Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk, Bauran promosi, dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Jungle Festival Bogor  
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan  
Nama : La Ode Sabaruddin  
NIM : 55113120274  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : 13 Februari 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Februari 2017



(La Ode Sabaruddin)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah hingga penulis dapat merampungkan penyusunan tesis dengan judul “Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk, Bauran Promosi, dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung di Jungle Festival Bogor”.

Penelitian ini dilakukan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Rina Astini SE., MM., sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan tesis ini hingga tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Aty Herawati M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Ahmad Badawi SE., MM., selaku ketua sidang akhir yang telah memberikan banyak saran dan masukan untuk kesempurnaan tesis ini.
4. Bapak, Dudi Permana, ST., MM. Ph.D., selaku penguji dalam sidang akhir yang telah memberikan banyak saran dan masukan untuk kesempurnaan tesis ini.
5. Prof. Dr. Didik Rachbini, selaku Ketua Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
6. Para staff pengajar program Pascasarjana Magister manajemen Universitas Mercu Buana.
7. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan cintakasihnya, terimakasih.

8. Para staff yang tergabung dalam Jungle Festival Bogor yang telah mengizinkan dan membantu penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih jauh dari sempurna. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis pada khususnya.

Jakarta, 13 Februari 2017

(La Ode Sabaruddin)





## DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	13
<b>BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN</b>	
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	15
2.2. Lingkup Bidang Usaha	16
2.3. Sumber Daya Manusia	17
2.4. Tantangan Bisnis Perusahaan	17
2.5. Proses Bisnis Perusahaan	18
<b>BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
3.1. Kajian Pustaka	19
3.2. Penelitian Terdahulu	51
3.3. Rerangka Pemikiran	55
3.4. Hipotesis Penelitian	56
<b>BAB IV. METODE PENELITIAN</b>	
4.1. Jenis/Desain Penelitian	60

4.2. Variabel Penelitian	60
4.3. Populasi dan Sampel Penelitian	63
4.4. Jenis dan Sumber Data	64
4.5. Teknik Pengumpulan Data	65
4.6. Teknik Analisis Data	66
4.7. Metode Statistik	66
4.8. Analisis Dimensi	75
<b>BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	76
5.2. Hasil Penelitian	76
5.3. Korelasi Antar Dimensi	91
5.4. Pembahasan Hasil Penelitian	93
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1. Kesimpulan	96
6.2. Saran	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>99</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pencapaian dan Target Kementerian Pariwisata 2015-2019	3
Tabel 1.2. Jumlah Pengunjung Jungle Festival Bogor	6
Tabel 1.3. Kuisisioner Survey Pendahuluan	9
Tabel 1.4. Tempat Wisata Lain Yang Ada do Kota Bogor	10
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu	51
Tabel 4.1. Variabel, Dimensi, Indikator, dan Skala Penelitian	60
Tabel 4.2. Goodness of Fit Index	72
Tabel 4.3. Korelasi Antar Dimensi	75
Tabel 4.4. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	75
Tabel 5.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 5.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel 5.3. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	78
Tabel 5.4. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	78
Tabel 5.5. Uji Validitas	79
Tabel 5.6. Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 5.7. Hasil Pengukuran Keseluruhan Variabel	87
Tabel 5.8. <i>Goodness of Fit</i> Keseluruhan Variabel	89
Tabel 5.9. Evaluasi Koefisien Model dan Kaitannya Dengan Hipotesis	90
Tabel 5.10. Matrix Korelasi Antar Dimensi	91
Tabel 5.11. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Visitor Arrivals 2004-2014, Trend dan Target 2015-2019	4
Gambar 2.1. Proses Bisnis Perusahaan	18
Gambar 3.1. Model Sederhana Proses Pemasaran	22
Gambar 3.2. Rerangka Pemikiran	55
Gambar 4.1. Kerangka Konseptual Penelitian	71
Gambar 5.1. Model Pengukuran Variabel Ketersediaan Produk	82
Gambar 5.2. Model Pengukuran Variabel Bauran Promosi	83
Gambar 5.3. Model Pengukuran Variabel Citra Destinasi	84
Gambar 5.4. Model Pengukuran Variabel Keputusan Berkunjung	85
Gambar 5.5. Model Pengukuran Keseluruhan Variabel	86
Gambar 5.7. Model Struktur Keseluruhan Variabel (T-hitung)	88
<b>LAMPIRAN</b>	<b>108</b>

