

**PENGARUH CITRA DESTINASI, EXPERIENTIAL
MARKETING DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP
KEPUASAN WISATAWAN**

(Studi pada Objek Wisata Owabong Purbalingga)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

FARIKHAH RIZQI OKTAFIANI

1602010082

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA DESTINASI, EXPERIENTIAL
MARKETING DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP
KEPUASAN WISATAWAN**

(Studi pada Pengunjung Objek Wisata Owabong Purbalingga)



SKRIPSI

Oleh:

Farikhah Rizqi Oktafiani

1602010082

Diterima dan disetujui oleh:

Pembimbing



Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M. Si

NIK. 2160128


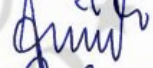

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh;

Nama : Farikhah Rizqi Oktafiani
NIM : 1602010082
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Citra Destinasi, Experiential Marketing dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Owabong Purbalingga)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si ()
Anggota 1 : Arini Hidayah, SE, M. Si ()
Anggota 2 : Ika Yustina Rahmawati, SE, M.Sc ()

Ditetapkan : Purwokerto

Tanggal : 28 Januari 2020

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Akhmad Darmawan, SE, M. Si.

NIK. 2160148

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farikhah Rizqi Oktafiani

NIM : 1602010082

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 28 Januari 2020

Yang membuat pernyataan



Farikhah Rizqi Oktafiani

MOTTO

“Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman”.

QS Al Imran : 139

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”.

QS Al Baqarah : 286



PERSEMBAHAN



Kupersembahkan skripsi ini kepada :

Bapak dan Ibuku tercinta (Bapak Khadirin dan Ibu Sri Wahyuni) sebagai salah satu tanda cinta, sayang, bakti, dan terima kasih yang tiada terhingga atas doa yang terpanjat, cinta dan kasih sayang, serta keringat kerja keras dan motivasi yang telah diberikan selama ini.

Tak lupa juga kepada Kakek dan Nenek (Bapak Darmo dan Ibu Kasmimi) serta Adikku tersayang (Solahudin Al Ayubi) sebagai tanda terima kasih atas doa, dukungan, dan motivasi selama ini. Semoga Allah senantiasa selalu melindungi dan memberi keberkahan kepada kita. Aamiin

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Anjar Nugroho, M.S.I., M.H.I, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Akhmad Darmawan, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
4. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M. Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
5. Arini Hidayah, S.E, M.Si, yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
6. Ika Yustina Rahmawati, S.E, M.Sc, yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
8. Bapak Tonan yang telah mengijinkan saya untuk melakukan penelitian di Objek Wisata Owabong Purbalingga.

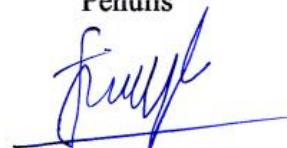
9. Untuk kedua orang tua Bapak Khadirin dan Ibu Sri Wahyuni, Kakek dan Nenek Bapak Darmo dan Ibu Kasmini serta adik Solahudin Al Ayubi yang selalu memberikan doa, dukungan moral maupun materiil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada saya sehingga saya selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat pejuang skripsi Yuliani dan Agnes Hidiani yang selalu memberikan bantuan kepada saya.
11. Sahabat-sahabatku Riska Rinjani dan Tiwi Setiawati yang telah menemani dan mewarnai perjalanan yang tidak mudah ini hingga kami dapat memperoleh gelar sarjana ini bersama-sama.
12. Teman-teman Kos Garasi Ungu yang telah menemani dan mewarnai perjalanan saya selama tiga setengah tahun kuliah di Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
13. Seluruh teman-teman Manajemen B 2016 dengan segala cerita dan warna selama perkuliahan yang akan menjadi cerita di masa depan.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 28 Februari 2020

Penulis



Farikhah Rizqi Oktafiani

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN KARYA ILMIAH

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farikhah Rizqi Oktafiani
NIM : 1602010082
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalt-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH CITRA DESTINASI, *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN
(Studi pada Pengunjung Objek Wisata Owabong Purbalingga)**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 28 Januari 2020
Yang menyatakan,


Farikhah Rizqi Oktafiani

PENGARUH CITRA DESTINASI, *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN

(Studi pada Pengunjung Objek Wisata Owabong Purbalingga)

Farikhah Rizqi Oktafiani¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universita Muhammadiyah Purwokerto

E-mail : farikhahrizqi03@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail : septinharyanto@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Destinasi, *Experiential Marketing* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Owabong Purbalingga. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah sebesar 100 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra destinasi, variabel *experiential marketing* dan variabel daya tarik wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Variabel Citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Variabel *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, dan variabel daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Kata kunci : Citra Destinasi, *Experiential Marketing*, Daya Tarik Wisata, Kepuasan Wisatawan.

***THE EFFECT OF DESTINATION IMAGE, EXPERIENTIAL MARKETING
AND TOURIST ATTRACTION TO TOURIST SATISFACTION***

(Study of Owabong Purbalingga Tourist Attraction)

Farikhah Rizqi Oktafiani¹

Faculty of Economics and Business

University of Muhammadiyah Purwokerto

E-mail : farikhahrizqi03@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²

Faculty of Economics and Business

University of Muhammadiyah Purwokerto

E-mail : septinharyanto@gmail.com

ABSTRACT

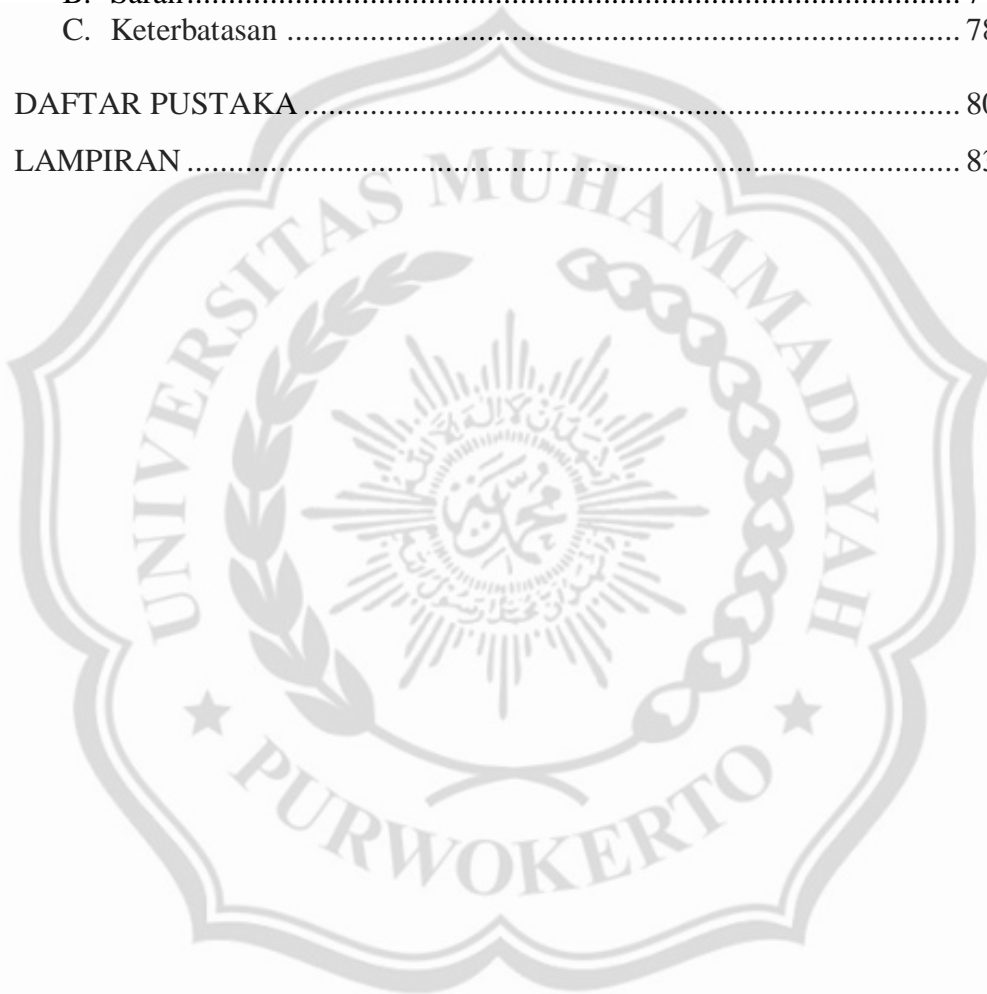
This study purposed to determine the effect of Destination Image, Experiential Marketing and Tourism Attraction to Tourist Satisfaction. This research uses quantitative methods. The population in this study are tourists who have visited the Owabong Purbalingga attraction. The sampling technique uses purposive sampling. The sample in this study was 100 respondents. The analytical tool used in this study is multiple regression. The results of this study indicate that destination image variables, experiential marketing variabels and tourist objects variables simultaneously have a significant effect on tourist satisfaction. Destination image variable does not significantly influence tourist satisfaction. Experiential marketing variables significantly influences tourist satisfaction, and tourist attraction variables have a significant influence on tourist satisfaction.

Keywords: Destination Image, Experiential Marketing, Tourist Attraction, Tourist Satisfaction.

DAFTAR ISI

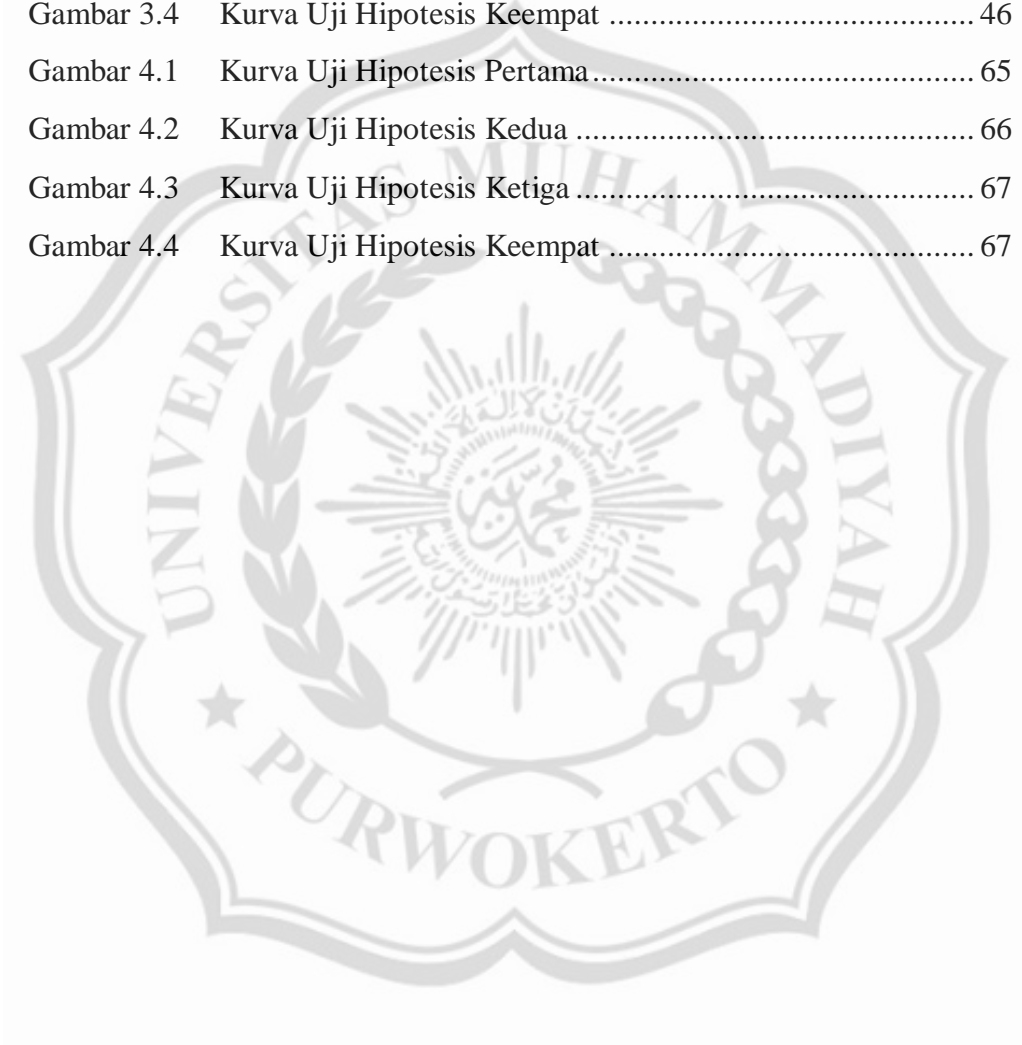
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran	26
D. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel	31
C. Metode Pengumpulan Data.....	33
D. Variabel Penelitian	34
E. Definisi Variabel	34
F. Metode Analisis Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Hasil Penelitian	53
B. Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	77
A. Simpulan.....	77
B. Saran.....	77
C. Keterbatasan	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3.1	Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	43
Gambar 3.2	Kurva Uji Hipotesis Kedua	44
Gambar 3.3	Kurva Uji Hipotesis Ketiga	45
Gambar 3.4	Kurva Uji Hipotesis Keempat	46
Gambar 4.1	Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	65
Gambar 4.2	Kurva Uji Hipotesis Kedua	66
Gambar 4.3	Kurva Uji Hipotesis Ketiga	67
Gambar 4.4	Kurva Uji Hipotesis Keempat	67



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kondisi Industri Pariwisata Indonesia	1
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional	34
Tabel 4.1	Tarif Pembayaran Wahana di Owabong Purbalingga	49
Tabel 4.2	Response Rate	50
Tabel 4.3	Deskripsi Responden	51
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Citra Destinasi	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Experiential Marketing	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Daya Tarik Wisata	55
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Kepuasan Wisatawan	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.11	Hasil Uji Heterokedastisitas	60
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Berganda.....	61
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	63
Tabel 4.14	Hasil Uji F	64
Tabel 4.15	Nilai Rata-Rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel Kepuasan Wisatawan	69
Tabel 4.16	Nilai Rata-Rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel Citra Destinasi	71
Tabel 4.17	Nilai Rata-Rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Experiential Marketing</i>	73
Tabel 4.18	Nilai Rata-Rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel Daya Tarik Wisata.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner	84
Lampiran 2	: Data Responden	90
Lampiran 3	: Tabel Distribusi Frekuensi.....	96
Lampiran 4	: Data Penelitian Jawaban Responden.....	98
Lampiran 5	: Data Penyebaran Kuesioner.....	116
Lampiran 6	: Uji Validitas	117
Lampiran 7	: Uji Reliabilitas	123
Lampiran 8	: Uji Asumsi Klasik	124
Lampiran 9	: Uji Analisis Data	127
Lampiran 10	: Uji Kecocokan Model	128
Lampiran 11	: R Tabel, F Tabel, T Tabel	129

