

**PENGARUH *CITY BRANDING* PADA *CITY IMAGE* DAN KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN KE WISATA HUTAN BAMBU
KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**OLEH:
IWAN BAHTIAR
1810411163**

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

2021

**PENGARUH *CITY BRANDING* PADA *CITY IMAGE* DAN KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN KE WISATA HUTAN BAMBU
KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Iwan Bahtiar
NIM : 1610411118
Prodi : Manajemen
Judul : PENGARUH *CITY BRANDING* PADA *CITY IMAGE* DAN
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE WISATA HUTAN BAMBU
KABUPATEN LUMAJANG

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 10 Juni 2021

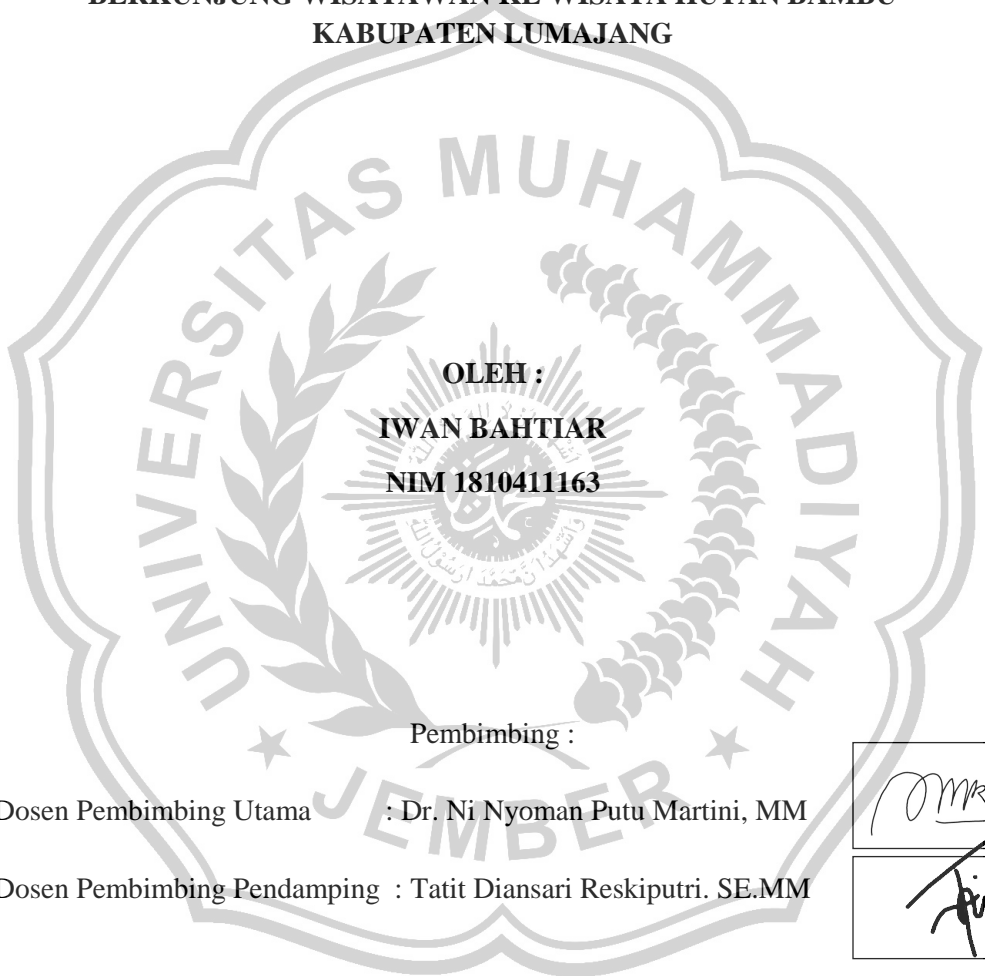
Yang menyatakan,



Iwan Bahtiar
NIM. 1810411163

SKRIPSI

**PENGARUH *CITY BRANDING* PADA *CITY IMAGE* DAN KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN KE WISATA HUTAN BAMBU
KABUPATEN LUMAJANG**



OLEH :

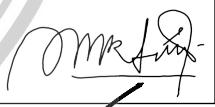

IWAN BAHTIAR

NIM 1810411163

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Ni Nyoman Putu Martini, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Tatit Diansari Reskiputri. SE.MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: PENGARUH *CITY BRANDING* PADA *CITY IMAGE* DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE WISATA HUTAN BAMBU KABUPATEN LUMAJANG telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Iwan Bahtiar
Nim : 1810411163
Hari : Kamis
Tanggal : 10 Juni 2021
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Feti Fatimah, SE., MM

NPK : 1979052510709622

Anggota 1,

Dr. Ni Nyoman Putu Martini, MM

NPK : 02 03 499

Anggota 2,

Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM

NPK : 1990032111703804

Mengesahkan :



Maheni Her Sari, SE.MM

NIP : 197708112005012001



Achmad Hasan Hafidzi SE.MM

NPK : 19860514.1.1703796

MOTTO

“Ambillah kebaikan dari apa yang dikatakan, jangan melihat siapa yang mengatakannya”

(Nabi Muhammad SAW)

“Dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum kafir.”

(Surat Yusuf ayat 87)

“Pandanglah hari ini. Kemarin adalah mimpi. Dan esok hari hanyalah sebuah visi. Tetapi, Hari ini yang sungguh nyata, Menjadikan kemarin sebagai mimpi Bahagia, dan setiap hari esok sebagai visi harapan”

(Alexander Pope)

“Pengalaman adalah apa yang kita dapatkan ketika kita tidak mendapatkan apa yang kita inginkan”

(Enio Calvalho)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayahNya yang sangat berlimpah serta kesempatan yang diberikan-Nya kepadaku dengan segala kemudahan yang diberikan-Nya sehingga saya dapat menjalani semua ini dengan baik
2. Terima kasih untuk kedua orang tua saya Bapak Sajadi dan Ibu Sutiwi serta keluarga besar saya yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus, nasehat dan dukungan yang tanpa henti serta doa restu dengan penuh keikhlasan untuk segala usaha mendapatkan sebuah cita-cita saya.
3. Ibu Maheni Ika Sari, S.E, M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
4. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, S.E, M.M Selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis
5. Terimakasih Kepada Ibu Feti Fatimah, SE.,MM selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada peneliti
6. Terimakasih kepada kedua dosen pembimbing saya Ibu Dr. Ni Nyoman Putu Martini, MM dan Ibu Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM yang sudah membimbing saya dengan sabar.
7. Terimakasih kepada Pokdarwis Desa Sumbermujur yang telah mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian di Wisata Hutan Bambu.
8. Terima kasih untuk teman-teman Jurusan Manajemen yang telah memberikan support dan semangat yang selalu mendukung saya untuk mengerjakan skripsi dan mendapatkan gelar S1.
9. Terima kasih untuk teman teman kontrakan dan teman kos yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas support dan semangat yang selalu mendukung untuk mengerjakan skripsi dan mendapatkan gelar S1.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalamin banyak nikmat yang Allah berikan tetapi sedikit yang kita ingat. Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayahnya yang tidak terkira besarnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *PENGARUH CITY BRANDING PADA CITY IMAGE DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE WISATA HUTAN BAMBU KABUPATEN LUMAJANG*.

Peneliti sadar bahwa penelitian ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah berperan dan berpartisipasi dalam membantu penyelesaian skripsi ini.

Sesuai dengan pribahasa yang berbunyi “tak ada gading yang tak retak”, peneliti menyadari. Bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan bagi almamater tercinta.

Jember, 10 Juni 2021
Yang menyatakan

Iwan Bahtiar
NIM. 1810411163

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	10
2.2 City Branding.....	11
2.2.1 Indikator-indikator City Branding.....	12
2.3 City Image	13
2.4 Keputusan Berkunjung	14
2.4.1 Pengertian Keputusan Berkunjung.....	14
2.5 Pengertian Wisatawan.....	17
2.6 Penelitian Terdahulu.....	17
2.7 Kerangka Konseptual.....	27
2.8 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.8.1 Pengaruh City Branding terhadap City Image	28
2.8.2 Pengaruh City Image Terhadap Keputusan Berkunjung.....	28
2.8.3 Pengaruh City Branding terhadap Keputusan Berkunjung.....	29
2.8.4 Pengaruh City Branding terhadap keputusan	

berkunjung melalui City Imagee	29
BAB III. METODE PENELITIAN	30
3.1 Identifikasi Variabel penelitian	30
3.1.1 Variabel Bebas	30
3.1.2 Variabel Terikat.....	30
3.1.3 Variabel Intervening.....	30
3.2 Devinisi Operasional Variabel	30
3.2.1 City Branding.....	30
3.2.2 City Image.....	30
3.2.3. Keputusan Berkunjung.....	31
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel.....	31
3.4 Jenis Data dan sumber Data	32
3.4.1 Data Primer	32
3.4.2 Data Sekunder.....	32
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.6 Teknik Analisis Data	33
3.6.1 Uji Instrumen	33
3.6.2 Uji Normalitas Data	34
3.7 Alat Analisis Data.....	34
3.7.1 Metode Peningkatan Skala Data	34
3.7.2 Analisis Jalur.....	35
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.1 Uji Multikolinearitas	35
3.8.2 Uji Heterokedastisitas	35
3.9 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	36
3.9.1 Uji t	36
3.9.2 Metode Trimming	36
3.9.3 Perhitungan Jalur.....	37
3.9.4 Sobel test.....	37
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.2 Identifikasi Responden	39
4.3 Analisis Deskripsi Kategori Variabel	41
4.3.1 Variabel City Branding	41
4.3.2 Variabel City Image	44
4.3.3 Variabel Keputusan Berkunjung	45
4.4 Analisis Data.....	48
4.4.1 Uji Instrumen	48

4.4.2 Uji Normalitas Data	50
4.5 Alat Analisis Data.....	51
4.5.1 Analisis Jalur.....	51
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.6.1 Uji Multikolinearitas	53
4.6.2 Uji Heterokedastisitas	54
4.7 Uji Hipotesis	55
4.7.1 Uji t	55
4.7.2 Menghitung Jalur	57
4.7.3 Uji Sobel	57
4.8 Pembahasan	58
4.8.1 Pengaruh City Branding Terhadap City Image.....	58
4.8.2 Pengaruh City Image Terhadap Keputusan berkunjung	59
4.8.3 Pengaruh City Branding Terhadap Keputusan Berkunjung.....	59
4.8.4 Pengaruh City Branding Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui City Image.....	60
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	61
5.3 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara/Kota Dengan Tagline City Branding	1
Tabel 1.2 Nama Objek Wisata Di Kabupaten Lumajang	3
Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Hutan Bambu 5 Tahun Terakhir	4
Tabel 2.1 Tabel Riset Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Daerah	40
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	41
Tabel 4.5. Deskripsi Responden tentang Kehadiran Suasana Kota.....	42
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Tentang Aspek Fisik Kota.....	42
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Tentang Potensi Wisata.....	42
Tabel 4.8 Deskripsi Responden Tentang Daya Tarik Wisata.....	43
Tabel 4.9 Deskripsi Responden Tentang Keterbukaan Masyarakat.....	43
Tabel 4.10 Deskripsi Responden Tentang Akomodasi	44
Tabel 4.11 Deskripsi Responden Tentang Kognitif	44
Tabel 4.12 Deskripsi Responden Tentang Afektif	45
Tabel 4.13 Deskripsi Responden Tentang Konatif	45
Tabel 4.14 Deskripsi Responden Tentang Jenis Wisata.....	46
Tabel 4.15 Deskripsi Responden Tentang Bentuk Wisata	46
Tabel 4.16 Deskripsi Responden Tentang Merek Kota	46
Tabel 4.17 Deskripsi Responden Tentang Pelayanan	47
Tabel 4.18 Deskripsi Responden Tentang Jumlah Wisata	47
Tabel 4.19 Deskripsi Responden Tentang Waktu Berkunjung	47
Tabel 4.20 Deskripsi Responden Tentang Cara Pembayaran	48
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas City Branding	49
Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas City Image	50
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Berkunjung	50
Tabel 4.25 Hasil Uji Kolmogorov-smirnov Test.....	51

Tabel 4.26 Hasil Path Analysis Variabel.....	51
Tabel 4.27 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.28 Hasil Uji Heterokedastisitas	55
Tabel 4.29 Hasil Uji t Persamaan 1	55
Tabel 4.30 Hasil Uji t Persamaan 2.....	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 City Branding Hexagon.....	12
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Wisata Hutan Bambu Lumajang	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	66
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner.....	70
Lampiran 3 Hasil Tanggapan Responden	75
Lampiran 4 Uji Instrumen Data	84
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik.....	88
Lampiran 6 Uji Hipotesis	89
Lampiran 7 Surat Ijin Penelitian	91
Lampiran 8 Dokumentasi.....	92

