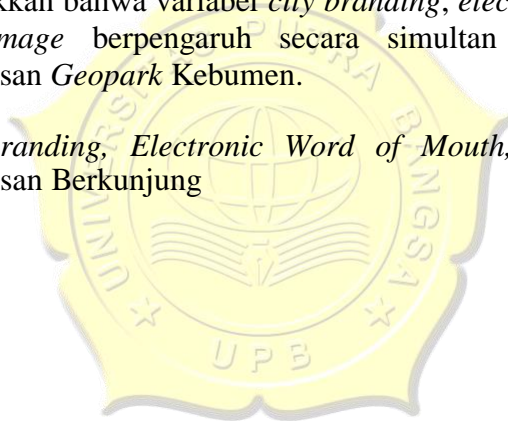


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *city branding*, *electronic word of mouth*, dan *Destination Image* secara parsial maupun simultan terhadap keputusan berkunjung ke Kawasan *Geopark* Kebumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Adapun teknik pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan populasi yang dipakai adalah pengunjung Kawasan *Geopark* Kebumen trail hijau yaitu Kawasan Cagar Alam Geologi Karangasambung dan sekitarnya. Penentuan populasi dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden yang dijadikan sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode statistika, dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas), analisis regresi linier berganda dan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel *City Branding* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, dan *Destination Image* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *city branding*, *electronic word of mouth*, dan *Destination Image* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung ke Kawasan *Geopark* Kebumen.

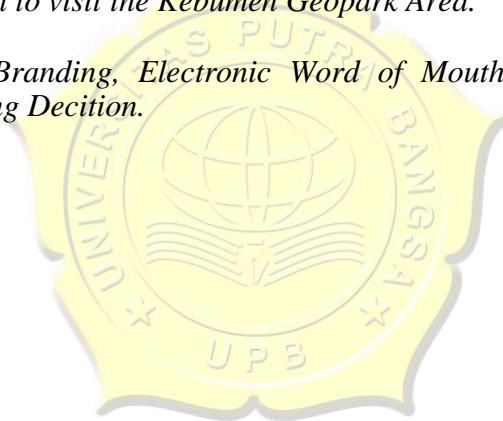
Kata kunci: *City Branding*, *Electronic Word of Mouth*, *Destination Image*, Keputusan Berkunjung



ABSTRACT

This research aims to find out how much influence city branding, electronic word of mouth, and Destination Image partially or simultaneously have on the decision to visit the Kebumen Geopark Area. This research is quantitative research. The data collection technique was carried out through distributing questionnaires with the population used being visitors to the Kebumen Green Trail Geopark Area, Karangsambung Geological Nature Reserve Area and its surroundings. Determining the population in this study used a non-probability sampling technique which used a purposive sampling method with a sample size of 100 respondents who were used as research objects. This research uses statistical methods to carry out validity tests, reliability tests, classical assumption tests (multicollinearity test, heteroscedasticity test, and normality test), multiple linear regression analysis and data processing using the SPSS version 25 application. Based on partial test results (t test) it shows that the City Branding variable influences the decision to visit, Electronic Word Of Mouth influences the decision to visit, and Destination Image influences the decision to visit. The results of the F test show that the variables city branding, electronic word of mouth, and Destination Image simultaneously influence the decision to visit the Kebumen Geopark Area.

Keywords : City Branding, Electronic Word of Mouth, Destination Image, Visiting Decition.



HALAMAN MOTTO

Hidup yang tidak dipertaruhkan, tidak akan bisa dimenangkan.
Takdir dan perjalanan setiap orang itu berbeda – beda,
jadi nikmati saja prosesmu masing -masing,
jangan lupa bersyukur dan berpikiran positif dengan rencana – Nya.
Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan. (QS : Al Insiroh 6)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Dadi dan Ibu Kasiyah yang selalu menyayangi dan mendoakan yang terbaik untuk saya.
2. Suamiku Budi Setyawan, terima kasih untuk selalu berbagi suka dan duka bersama.
3. Anak – anaku, Fahmida Nirwasita dan Dzaki Ahmad Pranaja, kalianlah yang selalu menjadikan motivasi untuk setiap langkah ini.
4. Kakakku Mbak Eka serta adik-adikku, Dik Tri dan Dik Putri, yang selalu memberikan semangat untukku.
5. Rekan – rekan satu tim : Pak Pur, Pak Haris, Pak Tri, Pak Kiman, Pak Anwar, terima kasih selalu memberikan ijin dan kesempatan di saat saya mengikuti perkuliahan dan ujian.
6. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, S.E., M.Si., yang telah membimbing saya dengan sangat baik sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
7. Teman-teman seperjuangan di Jurusan Manajemen Universitas Putra Bangsa yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
8. Untuk diriku sendiri, Dwi Novi Purnami. Terima kasih sudah selalu berjuang sampai detik ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesabaran dalam mengerjakan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *City branding*, *Electronic Word Of Mouth* dan *Destination Image* terhadap Keputusan berkunjung ke Kawasan *Geopark* Kebumen”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen.

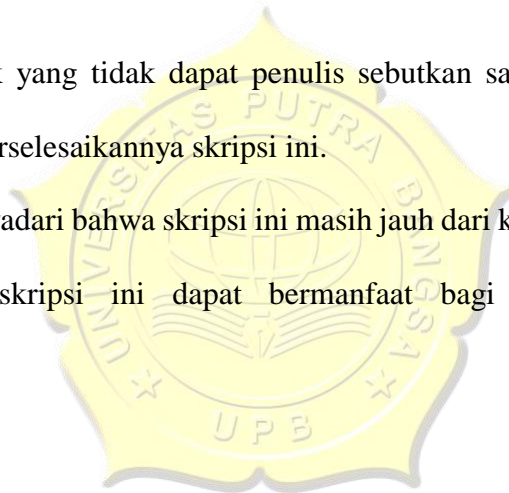
Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan dan mengimplikasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, dikarenakan masih terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

3. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, S.E.M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kedua orang tua tercinta yang selalu menyayangi dan mendoakan yang terbaik untuk saya.
5. Suamiku dan anak – anakku, yang selalu menjadi motivasi dan semangat dalam menyelesaikan segala sesuatu dengan tuntas.
6. Segenap dosen, karyawan, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 27 Juli 2024

Penulis

Dwi Novi Purnami

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Batasan Masalah.....	16
1.3.1 Batasan Subjek Penelitian.....	16
1.3.2 Batasan Objek Penelitian	16
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
1.5. Manfaat Penelitian.....	17

1.5.1	Manfaat Teoritis	17
1.5.2	Manfaat Praktis	17
BAB II	19
KAJIAN PUSTAKA	19
2.1.	Landasan Teori	19
2.1.1.	Keputusan Berkunjung	19
2.1.2.	<i>City branding</i>	22
2.1.3.	<i>Electronic word of mouth</i>	26
2.1.4.	<i>Destination Image</i>	29
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	32
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	44
2.1.	Model Empiris	45
2.2.	Hipotesis	46
METODE PENELITIAN	48
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	48
3.1.1	Objek Penelitian.....	48
3.1.2	Subjek Penelitian.....	48
3.2.	Variabel Penelitian	48
3.2.1	Objek Penelitian.....	48
3.2.2	Objek Penelitian.....	49
3.3	Definisi Operasional Variabel	49
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	52
3.5	Populasi dan Sampel.....	55
3.5.1	Populasi.....	55
3.5.2	Sampel.....	56

3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	56
3.6	Teknik Analisis Data	58
3.6.1	Analisis Deskriptif	58
3.6.2	Analisis Kuantitatif	59
BAB IV	69
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	69
4.1.	Analisis Deskriptif.....	69
4.2.	Analisis Deskriptif.....	78
4.3.	Analisis Statistik.....	84
4.4.	Pembahasan	99
BAB V	110
SIMPULAN	110
5.1.	Simpulan.....	110
5.2.	Keterbatasan	110
5.3.	Implikasi	111
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	121

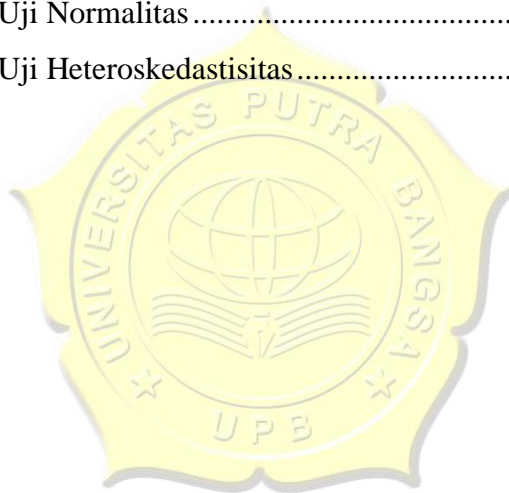


DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Jumlah Kunjungan di Kawasan <i>Geopark</i> Kebumen	13
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel II- 2 Ringkasan Hipotesis.....	47
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Vaiabel Keputusan Berkunjung	49
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Vaiabel <i>City Branding</i>	50
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Vaiabel <i>Electronic word of mouth</i>	51
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Vaiabel <i>Destination Image</i>	52
Tabel IV- 1 Usia Responden.....	79
Tabel IV- 2 Jenis Kelamin	80
Tabel IV- 3 Pendidikan Responden	81
Tabel IV- 4 Pekerjaan Responden.....	82
Tabel IV- 5 Media Sosial yang sering Digunakan Responden	82
Tabel IV- 6 Uang Saku/Income per bulan Responden.....	83
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas	85
Tabel IV- 8 Hasil Uji Reabilitas.....	86
Tabel IV- 9 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinearitas	90
Tabel IV- 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	92
Tabel IV- 12 Hasil Uji F	94
Tabel IV- 13 Hasil Uji t	95
Tabel IV- 14 Hasil Uji Linier Berganda	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 <i>Review</i> Pengunjung Kawasan <i>Geopark</i>	9
Gambar I- 2 <i>Review</i> dan Rekomendasi <i>Geopark</i> Kebumen.....	10
Gambar II- 1 Model Empiris.....	46
Gambar IV- 1 Peta Trail Hijau <i>Geopark</i> Kebumen	72
Gambar IV- 2 Kawasan Koleksi Ilmiah <i>Geodiversitas</i> Karangsembung	73
Gambar IV- 3 Situs Batuan Diabas di Gunung Parang.....	74
Gambar IV- 4 Situs Batuan Filit di Bukit Sipako, Sungai Luk Ulo.....	75
Gambar IV- 5 Panorama Bentang Lahan daerah Totogan	76
Gambar IV- 6 Watu Kelir di Seboro	77
Gambar IV- 7 Hasil Uji Normalitas	88
Gambar IV- 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Identitas Responden

Lampiran 3 : Data Responden

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 : Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 8 : Hasil Analisis Linier Berganda

Lampiran 9 : Tabel r, Tabel t, Tabel F

Lampiran 10 : Kartu Konsultasi Skripsi

Lampiran 11 : Kartu Seminar

