

**PENGARUH *CITY BRANDING* “PASURUAN THE CITY OF  
*MOUNTAIN*” DAN CITRA DESTINASI TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DAN DAMPAKNYA PADA MINAT  
BERKUNJUNG KEMBALI  
(SURVI PADA WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE  
GUNUNG BROMO)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)**



**HIDAYATUL MUSTAFIDA**

**2014.69.10.0013**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2018**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh City Branding "*Pasuruan The City Of Mountain*"  
dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan  
Dampaknya Pada Minat Berkunjung Kembali Pada  
Wisatawan Yang Berkunjung Ke Gunung Bromo

Disusun oleh : Hidayatul Mustafida

NIM : 2014.69.10.0013

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis


Konsistensi : Pemasaran

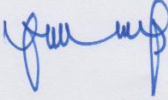
Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

di depan tim penguji

Pasuruan, 30 Juli 2018

Menyetujui.

  
Kaprodi,  
Nur Ajizah, S.Sos., M.AB  
NIP. Y. 069.15.02.001

Pembimbing,  
  
Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB  
NIP. Y. 069.11.03.037

## TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA  
PASURUAN, PADA :

HARI : KAAMIS

TANGGAL : 30 Agustus 2018

JAM : -

JUDUL : Pengaruh City Branding "Pasuruan The City Of Mountain" dan  
Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Dampaknya  
Pada Minat Berkunjung Kembali  
(Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Gunung Bromo)

### DINYATAKAN LULUS

Menyetujui.

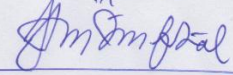
Penguji 1,



Dr. Kholid Murtadlo, M.E

NIP.Y. 069.02.03.006

Penguji 2, -



Drs. Eko Agus Alfianto, M.AB

NIP.Y. 069.04.03.012

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik  
Universitas Yudharta Pasuruan



Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB

NIP.Y. 069.11.03.037


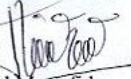
#### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hidayatul Mustafida  
NIM : 201469100013  
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul : Pengaruh *City Branding* “Pasuruan *The City Of Mountain*” dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung dan minat berkunjung kembali (survey pada wisatawan gunung bromo)

Menyatakan dengan sebenar- benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri; bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 30 juli 2018

 membuat pernyataan,  
  
Hidayatul Mustafida

NIM. 201469100013

**PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan Alhamdulillah hirobbil alamin, puji syukur atas rahmat dan ridho Allah SWT, karena dengan karunia-Nya ananda dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tak lupa sholawat dan salam kami tujukan kepada baginda Rasul Muhammad SAW, yang telah menuntun kita dari jalan gelap menuju jalan terang benderang yakni addinul islam wal iman. Skripsi ini ananda persembahkan untuk orang istimewa yang telah berjasa dalam membantu saya baik secara langsung atau tidak dalam penyelesaian skripsi ini.

1. Teruntuk Ayahanda dan Ibunda Sanen dan Nur Asiyah, yang telah memberikan doa restu keridhoannya, dan pengorbanan yang amat besar yang tak mungkin bisa dibalas dengan apapun.
2. Untuk keluarga besar nenek, tante, kakak dan adik.
3. Sulton Hadi Purwanto, calon pendamping hidup yang selalu memberikan semangat, doa, dan membantu dalam hal moril maupun materil.
4. Sahabatku yang slalu memberikan semangat dan membantuku.
5. Semua keluarga besar Administrasi Bisnis 2014 terimakasih atas kebersamaannya.

## MOTTO

*“KONTRUKSI KEHIDUPAN DIBANGUN  
DENGAN KEYAKINAN, DIPERKUAT  
DENGAN GERAKKAN, DI INDAHKAN  
DENGAN MIMPI DEMI MENUJU  
KESEMPURNAAN”*

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan mengucapkan Alhamdulillah hirobbil alamin, puji syukur atas rahmat dan ridho Allah SWT, karena dengan karunia-Nya ananda dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tak lupa sholawat dan salam kami tujukan kepada baginda Rasul Muhammad SAW, yang telah menuntun kita dari jalan gelap menuju jalan terang benderang yakni addinul islam wal iman. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang saya hormati :

1. Romo KH. M. Sholeh Bahrudin selaku pengasuh Yayasan Darut Taqwa, dimana Universitas Yudharta Pasuruan bernaung dan atas nasehat-nasehat beliau dalam hidup berdampingan dengan masyarakat tanpa membedakan semua kalangan.
2. Bapak Dr. Saifulloh, M.H.I selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Bapak Dr. Kholid Murtadlo, M.E selaku penguji utama.
4. Bapak Drs. Eko Agus Alfianto, M.AB selaku penguji ke-2.
5. Ibu Any Urwatul Wusko S.Sos, M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, serta selaku pembimbing yang telah membantu penulisan skripsi ini.
6. Ibu Nur Ajizah S.Sos, M.AB selaku Kaprodi Ilmu Administrasi Bisnis.

7. Pihak pemerintah tempat penelitian di wisata gunung bromo yang sudah memberikan ijin.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.



## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul : Pengaruh *City Branding* “*Pasuruan The City Of Mountain*” dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Dampaknya Pada Minat Berkunjung Kembali (Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Gunung Bromo). Ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pasuruan, 25 Juli 2018

Penulis

## ABSTRAK

Hidayatul Mustafida. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan. 30 Agustus 2018. Pengaruh *City Branding* dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Dampaknya Pada Minat Berkunjung Kembali. Pembimbing Any Urwatul Wusko, S.Sos, M.AB.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *City Branding* dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung dan Minat Berkunjung Kembali Survei Pada Wisatawan yang Berkunjung ke Gunung Bromo. Populasi dari penelitian ini adalah wisatawan Gunung Bromo. Teknik pengambilan sampel dengan *Convenience sampling*. Sampel yang digunakan adalah 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (Path Analys).

Hasil menunjukkan bahwa variabel *City Branding* ( $X_1$ ) berpengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ( $Y_1$ ) dengan nilai koefisien beta sebesar 0,544 dan nilai Sig sebesar 0,000 ( $\text{Sig} \leq 0,05$ ). Variabel *Citra Destinasi* ( $X_2$ ) berpengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ( $Y_1$ ) dengan nilai koefisien beta sebesar 0,394 dan nilai Sig sebesar 0,000 ( $\text{Sig} \leq 0,05$ ). Variabel *City Branding* ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali ( $Y_2$ ) dengan nilai koefisien beta sebesar 0,088 dan nilai Sig sebesar 0,295 ( $\text{Sig} \geq 0,05$ ). Variabel *Citra Destinasi* ( $X_2$ ) berpengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali ( $Y_2$ ) dengan nilai Sig sebesar 0,652 dan nilai Sig sebesar 0,000 ( $\text{Sig} \leq 0,05$ ). Variabel Keputusan Berkunjung ( $Y_1$ ) berpengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali ( $Y_2$ ) dengan nilai Sig sebesar 0,222 dan nilai Sig sebesar 0,013 ( $\text{Sig} \leq 0,05$ ).

*Keywords* : *City Branding*, Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung, Minat Berkunjung Kembali.

## **ABSTRACT**

Hidayatul Mustafida. Yudharta Pasuruan University Business Administration Study Program. August 30, 2018. Influence of City Branding and Destination Image on Visiting Decisions and Impacts on Revisiting Interest. Advisor to Any Urwatul Wusko, S.Sos, M.AB.

The purpose of this study was to determine the extent of the influence of City Branding and Destination Image on the Berkun Decision jun and Interest in Visiting Surveys Against Tourists Visiting Mount Bromo. The population of this study is Mount Bromo tourists. Sampling techniques with Convenience sampling. The sample used was 100 respondents. The analytical method used is Path Analysis

The results show that the City Branding variable (X1) has a significant positive effect on Visiting Decisions (Y1) with a beta coefficient of 0.544 and a Sig value of 0.000 (Sig  $\leq$  0.05). Destination Image variable (X2) has a significant positive effect on Visit Decisions (Y1) with a beta coefficient of 0.394 and a Sig value of 0.000 (Sig  $\leq$  0.05). City Branding variable (X1) does not have a significant effect on Revisit Interest (Y2) with a beta coefficient of 0.088 and a Sig value of 0.295 (Sig  $\leq$  0.05). Destination Image variable (X2) has a significant positive effect on Revisit Interest (Y2) with Sig value of 0.652 and Sig value of 0.000 (Sig  $\leq$  0.05). Visiting decision variables (Y1) have a significant positive effect on Revisit Interest (Y2) with a Sig value of 0.222 and a Sig value of 0.013 (Sig  $\leq$  0.05).

Keywords: City Branding, Destination Imagery, Visiting Decisions, Interest in Visiting Back.

## DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar .....	i
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel .....	vii
Daftar Gambar.....	viii
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1. Latar Belakang .....	1
2. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
3. Tujuan Penelitian .....	7
4. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	10
1.....	Peneliti
an Terdahulu.....	10
2.....	Kajian
Teori .....	13
a. ....	Pemasa
ran .....	13
b. ....	Perilak
u Konsumen .....	14
1).....	Model
Perilaku Konsumen .....	16
2).....	Faktor-
faktor yang Mempengaruhi Konsumen.....	17
c. ....	<i>City</i>
<i>Branding</i> .....	24

1).....	<i>City</i>
<i>Branding Hexagon</i> .....	26
d.....	Citra
Destinasi.....	27
e.....	Keputu
san Pembelian.....	29
2).....	Proses
Pengambilan Keputusan.....	30
3).....	Tipe
Pengambilan Keputusan.....	35
f.....	Minat
Berkunjung Kembali .....	36
g.....	Hubun
gan Antar Variabel .....	37
h.....	Hipotes
is .....	42
BAB III. METODE PENELITIAN .....	43
1.....	Jenis
Penelitian .....	43
2.....	Lokasi
Penelitian .....	44
3.....	Definis
i Variabel.....	44
1).....	<i>City</i>
<i>Branding</i> .....	44
2).....	Citra
Destinasi.....	44
3).....	Keputu
san Berkunjung.....	45

4)	.....	Minat
	Berkunjung Kembali .....	45
4.	.....	Variab
	el Pengukuran .....	45
1)	.....	Skala
	Pengukuran Variabel .....	46
5.	.....	Popula
	si dan Sampel .....	47
1)	.....	Popula
	si .....	47
2)	.....	Sampel
	.....	47
6.	.....	Teknik
	Pengambilan Data .....	49
7.	.....	Analisi
	s Data .....	50
1)	.....	Analisi
	s Statistik Deskriptif .....	51
2)	.....	Teknik
	Statistik Inferensial.....	52
3)	.....	Analisi
	s Jalur .....	52
8.	.....	Uji
	Hipotesis.....	53
1)	.....	Uji
	Parsial.....	53
2)	.....	Uji
	Validitas .....	54

3).....	Uji
Reliabilitas.....	57
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
1.....	Sekilas
Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
1).....	Sejarah
Singkat Pasuruan.....	60
2).....	Visi
Misi Kabupaten Pasuruan .....	63
3).....	Struktur
Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pasuruan.....	64
4).....	Pasuruan
The City Of Mountain .....	65
2.....	Gambaran
Umum Responden.....	66
1).....	Klasifikasi
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
2).....	Klasifikasi
Responden Berdasarkan Usia .....	67
3).....	Klasifikasi
Responden Berdasarkan Pendidikan .....	68
4).....	Klasifikasi
Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	69
3.....	Analisis
Statistik Deskriptif.....	70
1).....	Variabel
City Branding .....	70
2).....	Variabel
Citra Destinasi.....	73

3)	.....	Variab
	el Keputusan Berkunjung.....	74
4)	.....	Variab
	el Minat Berkunjung Kembali.....	76
4.	.....	Analisi
	s Statistik Inferensial.....	77
1)	.....	Model
	Kausal.....	78
2)	.....	Asumsi
	Yang Melandasi .....	78
5.	.....	Uji
	Normalitas.....	78
6.	.....	Uji
	Linieritas .....	79
7.	.....	Analisi
	s Jalur .....	80
8.	.....	Penguji
	an Hipotesis.....	83
9.	.....	Hasil
	dan Pembahasan.....	87
10.	.....	Pemeta
	an Penelitian Sebelumnya .....	94
BAB V PENUTUP.....		97
1.	.....	Kesimp
	ulan.....	97
2.	.....	Saran
	.....	98
3.	.....	Keterb
	atasan.....	98



DAFTAR PUSTAKA .....

## DAFTAR ISI TABEL

<b>Tabel</b>	<b>keterangan</b>	<b>Halaman</b>
1.	Penelitian Terdahulu.....	10
2.	Model Perilaku Konsumen .....	17
3.	Variabel, Indikator, dan Item .....	45
4.	Uji Validitas .....	55
5.	Uji Reliabilitas .....	57
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	68
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	69
10.	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel X1 .....	71
11.	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel X2 .....	73
12.	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Y1 .....	75
13.	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Y2 .....	77

14. ....	Hasil
Uji Normalitas.....	78
15. ....	Hasil
Uji Linieritas .....	80
16. ....	Hasil
Uji Koefisien Jalur (X1, X2, Y1).....	82
17. ....	Hasil
Uji Koefisien Jalur (X1, X2, Y1, Y2).....	83
18. ....	Ringka
san Koefisien Jalur .....	85
19. ....	Penguji
an Hubungan Langsung dan Tidak Langsung.....	87
20. ....	Pemeta
an Hasil Sebelumnya.....	89

## DAFTAR ISI GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
1. ....	Proses Pengambilan Keputusan.....	34
2. ....	Hipotesis .....	48
3. ....	Struktur Organisasi .....	64
4. ....	Peta Lokasi Kabupaten Pasuruan.....	65
5. ....	Logo Pasuruan The City Of Mountain .....	65
6. ....	Ukuran Hipotesis.....	84