



“PENGARUH PRODUK WISATA, CITRA DESTINASI, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PANTAI BANDENGAN JEPARA”

(Studi Pada Pengunjung Pantai Bandengan Jepara)

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan mata kuliah Skripsi dan
Komprehensif**

Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun:

Sabrina Ghaitsani (14020216120002)

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2020

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sabrina Ghaitsani
NIM : 14020216120002
Departemen : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi dan *Word Of Mouth* Terhadap
Keputusan Berkunjung Pada Pantai Bandengan
(Studi pada Pantai Bandengan Jepara)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 15 Mei 2020

Pembuat Pernyataan,



Sabrina Ghaitsani

NIM 14020216120002

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung Pantai Bandengan Jepara (Studi pada Pengunjung Pantai Bandengan Jepara)

Nama : Sabrina Ghaityani

NIM : 14020216120002

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 15 Mei 2020



Dekan

Dr. Drs. Hardi Warsono, MTPDr.
NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I

Dr. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing

1. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si

(.....)

Dosen Penguji

1. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB

(.....)

2. Prof. Sudharto PH., MES., Ph.D

(.....)

3. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si

(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”

-HR.Ahmad, Ath-Thabrani, ad-Daruqutni

Puji syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Mamah dan Papah yang setiap saat memberikan doa, semangat, dan kasih sayangnya. Semoga saya bisa membanggakan dan membahagiakan kalian.
2. Weta adekku yang manja tapi lucu dan gemesin, walaupun kamu suka ganggu aku ngerjain skripsi but i love you more than that, semoga kita berdua bisa jadi anak yang membanggakan bagi orang-orang yang menyayangi kita.
3. Faisal, my commitment I ever have, terimakasih telah hadir di kehidupanku sejak saat itu, thank you so much udah jadi partner yang selalu mendukung langkahku dan siap membantu aku kapanpun aku butuh.
4. My beloved people in Tembalang Cindy si baik hati yang siap mengantarku dan mendengarkan curhatanku walau pukul 1 malam, Titin temanku sedari maba yang suka marah-marah tapi penyayang, dan laela si lemah lembut yang sukanya baper.Thank you sudah menemaniku sampai detik ini.
5. IMA UNDIP 2018, sayang sekali sama kalian khususnya BPH yang sangat cerdas-cerdas dan penyayang, Rani si sobat sambatku, cynthia si calon wanita karier yang hebat, Mas Damas yang suka misuh, Rangga si anak kompleks yang

baik hati, Mba Widia si anak rajin, Mba Amel sekretaris terbaik sepanjang masa, Mba Mirza yang mungil nan cantik.

6. Keluarga Administrasi Bisnis 2016 yang sangat luar biasa dan sayang satu sama lain, kalian hebat sudah bertahan sampai sekarang.
7. Teman-teman seperbimbingan Bu Apri, Laela, Jupe, Reva, Rani, Raisa, Dendy, Anggi, Ery, Ana yang saling memberi semangat dan mendukung satu sama lain.
8. Bu Apri, dosen pembimbing super cantik dan luar biasa, terimakasih telah banyak membantu saya.
9. KKN Tim II Ds. Jrebengkembang, Pekalongan, Desi, Ifan, Mila, Vania, Azi, Rema, Damar. Terimakasih untuk cerita dan kenangannya, senang bisa kenal kalian, sukses untuk kita semua.
10. Semua teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.

**“PENGARUH PRODUK WISATA, CITRA DESTINASI,
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG PANTAI BANDENGAN JEPARA”**

(Studi Pada Pengunjung Pantai Bandengan Jepara)

ABSTRAK

Pantai Bandengan merupakan salah satu obyek wisata yang berada di Kabupaten Jepara. Berdasarkan data yang didapatkan jumlah pengunjung Pada Pantai Bandengan bersifat fluktuatif dan tidak pernah mencapai target. Diduga menurunnya kualitas fasilitas yang mengakibatkan persepsi pengunjung mengenai Pantai Bandengan menjadi negatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan berkunjung pada Pantai Bandengan Jepara. Tipe penelitian ini adalah *explanatory reasearch*, dimana teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu alat bantu kuesioner. Sampel yang dipilih berjumlah 100 orang dengan *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Responden tersebut adalah pengunjung objek wisata Pantai Bandengan yang sudah pernah berkunjung ke Pantai Bandengan dan mengetahui informasi Pantai Bandengan dari orang lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel, masing-masing maupun secara bersama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung Pantai Bandengan Jepara, dan dari ketiga variabel yang diteliti variabel produk wisata merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan berkunjung,. Berdasarkan penelitian tersebut maka peneliti menyarankan pihak Pantai Bandengan untuk meningkatkan kualitas produk wisata dengan menambahkan keragaman fasilitas, meningkatkan kualitas fasilitas dan produk yang ada di Pantai Bandengan, melakukan pembangunan pada infrastruktur Pantai Bandengan, meningkatkan kebersihan agar pengunjung nyaman dan betah untuk berada di Pantai Bandengan.

Kata Kunci: Produk Wisata, Citra Destinasi dan *Word Of Mouth*

**THE EFFECT OF TOURISM PRODUCTS, DESTINATION IMAGES AND
WORD OF MOUTH TOWARDS A DECISION VISITING THE BEACH
OF BANDENGAN JEPARA
(CASE STUDY ON BEHIND VISITORS OF THE BEACH BANDENGAN
JEPARA)**

ABSTRACT

Bandengan beach is one of the attractions located in Jepara Regency. Based on the data obtained the number of visitors to the Bandengan Beach is fluctuating and never reaches the target. This can predicted due to the declining quality of the facilities that cause visitors to perceptions about Bandengan to be negative.

This study aims to identify the effect of Tourism Products, Destination Image and *Word of Mouth* on the decision to visit the Bandengan Beach of Jepara. This type of research is explanatory research, where data collection techniques used are questionnaire aids. The selected sample of 100 visitors with accidental sampling and purposive sampling. The respondents were visitors of the attraction of Bandengan Beach who had visited Bandengan Beach and learned information about Bandengan Beach from others.

The results showed that the three variables, respectively, and simultaneously, influenced the decision to visit Bandengan Jepara Beach, and of the three variables studied, the tourism product variable was the variable that had the greatest influence on the decision to visit. Based on these studies, the researchers suggest Bandengan Beach to improve the quality of tourism products by adding diversity of facilities, improving the quality of existing facilities and products on Bandengan Beach, carrying out construction on the Bandengan Beach infrastructure, improving cleanliness so that visitors are comfortable and comfortable to be in Bandengan Beach.

Keywords: Tourism Products, Destination Image and Word of Mouth

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Pantai Bandengan (Study Kasus Pada Pengunjung Pantai Bandengan Jepara)”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, M.M., Ph.D. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dra. Apriatni Endang Prihartini, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Widiartanto S.Sos, M.AB selaku dosen penguji
5. Prof. Sudharto PH.,MES.,Ph.D selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.

8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Apabila dalam penyusunan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 15 Mei 2020

Penulis



Sabrina Ghaitsani

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Kerangka Teori	12
1.5.1 Perilaku Konsumen	12
1.5.2 Pariwisata	18
1.5.3 Produk Wisata	25
1.5.4 Citra Destinasi	31
1.5.5 <i>Word Of Mouth</i>	36
1.5.6 Keputusan Berkunjung	42
1.6 Pengaruh Antar Variabel Penelitian	50
1.6.1 Pengaruh Produk Wisata Dengan Keputusan Berkunjung	50
1.6.2 Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung	51
1.6.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	51
1.6.4 Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi, dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	52

1.7	Hipotesis	53
1.8	Definisi Konseptual	53
1.8.1	Produk Wisata.....	54
1.8.2	Citra Destinasi.....	54
1.8.3	<i>Word Of Mouth</i>	54
1.8.4	Keputusan Berkunjung	54
1.9	Definisi Operasional	54
1.10	Metode Penelitian	57
1.10.1	Tipe penelitian	57
1.10.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	57
1.10.3	Teknik Pengambilan Sampling.....	58
1.10.4	Sumber Data	59
1.10.5	Skala Pengukuran	60
1.10.6	Teknik Pengumpulan Data.....	61
1.10.7	Teknik Pengolahan Data.....	61
1.10.8	Teknik Analisa Data	62
BAB 2 GAMBARAN UMUM PANTAI BANDENGAN DAN KABUPATEN JEPARA.....		70
2.1	Sejarah Singkat Pantai Bandengan	70
2.2	Visi dan Misi.....	72
2.3	Logo Perusahaan.....	72
2.4	Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara	74
2.4.1	Tugas dan Wewenang Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Jepara.....	75
2.5	Produk Wisata Pantai Bandengan Jepara.....	82
2.6	Identitas Responden.....	86
2.6.1	Responden berdasarkan Usia	86
2.6.2	Responden berdasarkan Pekerjaan.....	87
2.6.3	Responden berdasarkan Penghasilan per Bulan	88
2.6.4	Responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	89

BAB 3 PENGARUH PRODUK WISATA, CITRA DESTINASI DAN <i>WORD OF MOUTH</i> TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PANTAI BANDENGAN JEPARA(Studi Kasus Pada Pengunjung Pantai Bandengan Jepara).....	90
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	90
3.1.1 Uji Validitas	91
3.1.2 Uji Reliabilitas	96
3.2 Analisis dan Hasil Intrepetasi Pada Penelitian Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi, <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	97
3.2.1 Persepsi Responden terhadap Produk Wisata (X1)	98
3.2.2 Persepsi Responden terhadap <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	122
3.2.3 Persepsi Responden terhadap Keputusan Berkunjung (X4).....	130
3.3 Analisis Pengaruh Produk Wisata terhadap Berkunjung	137
3.3.1 Koefisien Korelasi Prosuik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ...	137
3.3.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	138
3.3.3 Regresi Linier Sederhana	139
3.3.4 Uji t	140
3.4 Analisis Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung....	141
3.4.1 Koefisien Korelasi Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung...	141
3.4.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	142
3.4.3 Regresi Linier Sederhana	142
3.4.4 Uji t	144
3.5 Analisis Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung ..	145
3.5.1 Koefisien Korelasi <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung .	145
3.5.2 Regresi Linier Sederhana	146
3.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	148
3.5.4 Uji t	148
3.6 Analisis Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	149
3.6.1 Koefisien Korelasi Produk Wisata, Citra Destinasi dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	149
3.6.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	150
3.6.3 Regresi Linier Berganda	150

3.6.4	Uji F	152
3.7	Pembahasan	154
BAB 4 PENUTUP		160
4.1	Kesimpulan	160
4.2	Saran	161
DAFTAR PUSTAKA		163
LAMPIRAN.....		168

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Perilaku Konsumen.....	13
Gambar 1.2 Kerangka Analisis Perilaku Konsumen	15
Gambar 1.3 Tahapan Dalam Proses Pengambilan Keputusan.....	46
Gambar 1.4 Skema Hipotesis.....	53
Gambar 1.5 Kurva Uji t (<i>Two Tail</i>)	67
Gambar 1.6 Kurva Uji F	68
Gambar 2.1 Logo Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Jepara.....	73
Gambar 2.2 Struktur Organisasi.....	76
Gambar 2.3 Sunset Pantai Bandengan	83
Gambar 2.4 Jetski Pantai Bandengan.....	84
Gambar 2.5 Banana Boat Pantai Bandengan	84
Gambar 2.6 Kano Pantai Bandengan	85
Gambar 2.7 Pelampung Pantai Bandengan.....	85
Gambar 2.8 Kapal Wisata	86
Gambar 3.1 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung.....	141
Gambar 3.2 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung.....	145
Gambar 3.3 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Word Of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung.....	148
Gambar 3.4 Pengujian Hipotesis dengan F-Test antara Produk Wisata, Citra Destinasi dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	153

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Pantai Bandengan Tahun 2016-2018	8
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	49
Tabel 1.3 Skala Likert	60
Tabel 1.4 Koefisien Korelasi.....	63
Tabel 2.1 Usia Responden.....	87
Tabel 2.2 Pekerjaan Responden	87
Tabel 2.3 Penghasilan Per Bulan	88
Tabel 2.4 Frekuensi Berkunjung	89
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Produk Wisata(X1)	92
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Citra Destinasi(X2)	93
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Word Of Mouth (X3)	94
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung (Y).....	95
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	97
Tabel 3.6 Daya Tarik Pantai Bandengan.....	98
Tabel 3.7 Keragaman Fasilitas Umum Pantai Bandengan.....	99
Tabel 3.8 Kemudahan Jangkauan Pantai Bandengan	100
Tabel 3.9 Penataan Fasilitas Pantai Bandengan	101
Tabel 3.10 Keamanan Pantai Bandengan.....	102
Tabel 3.11 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Produk Wisata.	103
Tabel 3.12 Kategorisasi Variabel Produk Wisata	105
Tabel 3.13 Keindahan Pantai Bandengan	106

Tabel 3.14 Tempat Parkir Pada Pantai Bandengan	107
Tabel 3.15 Tarif Pada Pantai Bandengan	108
Tabel 3.16 Iklim Pantai Bandengan	109
Tabel 3.17 Pantai Bandengan Memiliki Iklim Yang Cukup Baik	110
Tabel 3.18 Kebersihan Pantai Bandengan	111
Tabel 3.19 Keamanan Pantai Bandengan.....	112
Tabel 3.20 Kemudahan Akses Pantai Bandengan.....	113
Tabel 3.21 Kelestarian Lingkungan Pantai Bandengan	114
Tabel 3.22 Pantai Bandengan Memiliki Reputasi Cukup Baik.	115
Tabel 3.23 Perasaan Pengunjung Setelah Berkunjung Ke Pantai Bandengan....	116
Tabel 3.24 Pengembangan Pantai Bandengan Jepara	117
Tabel 3.25 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Destinasi	118
Tabel 3.26 Kategorisasi Variabel Citra Destinasi	121
Tabel 3.27 Frekuensi Komentar Positif mengenai Pantai Bandengan.....	123
Tabel 3.28 Frekuensi Komentar Negatif mengenai Pantai Bandengan	123
Tabel 3.29 Keragaman Ulasan mengenai Pantai Bandengan.....	124
Tabel 3.30 Informasi Yang Bersifat Membujuk mengenai Pantai Bandengan...	125
Tabel 3.31 Informasi Yang Bersifat Merekomendasikan mengenai Pantai Bandengan.....	126
Tabel 3.32 Informasi Yang Didapatkan Bersifat Mendorong.....	126
Tabel 3.33 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Word Of Mouth</i>	127
Tabel 3.34 Kategorisasi Variabel <i>Word Of Mouth</i>	130
Tabel 3.35 Kesesuaian Dengan Objek Wisata yang Dibutuhkan	131
Tabel 3.36 Jangka Waktu Yang Dibutuhkan Untuk Memutuskan Berkunjung..	132

Tabel 3.37 Prioritas Dalam Mengunjungi Objek Wisata.....	133
Tabel 3.38 Perasaan Pengunjung Setelah Berkunjung.....	134
Tabel 3.39 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Berkunjung.....	135
Tabel 3.40 Kategorisasi Variabel Keputusan Berkunjung.....	137
Tabel 3.41 Hasil Uji Korelasi Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung	138
Tabel 3.42 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana <i>Coefficients</i> Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung.....	139
Tabel 3.43 Hasil Uji Korelasi Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung	141
Tabel 3.44 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana <i>Coefficients</i> Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung.....	143
Tabel 3.45 Hasil Uji Korelasi <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	145
Tabel 3.46 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana <i>Coefficients</i> Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung.....	146
Tabel 3.47 Hasil Uji Korelasi Produk Wisata, Citra Destinasi dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	149
Tabel 3.48 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Produk Wisata, Citra Destinasi dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	150
Tabel 3.49 Uji F Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi, dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	152