

**PENGARUH *ONLINE PROMOTION* TERHADAP *DESTINATION LOYALTY* PADA
INDUSTRI PARIWISATA: UJI MEDIASI *DESTINATION AWARENESS* DAN
*DESTINATION SATISFACTION***

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Karmelia Melania

NPM : 13 03 20301

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA,

FEBRUARI 2017

Skripsi

**PENGARUH *ONLINE PROMOTION* TERHADAP *DESTINATION LOYALTY* PADA
INDUSTRI *PARIWISATA*: *UJI MEDIASI DESTINATION AWARENESS* DAN
*DESTINATION SATISFACTION***

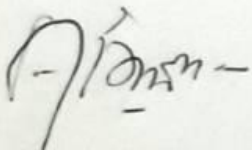
Disusun Oleh:

KARMEIA MELANIA

NPM: 13 03 20301

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Dr. J. Ellyawati, MM.

9 Februari 2017

Skripsi

**PENGARUH *ONLINE PROMOTION* TERHADAP *DESTINATION LOYALTY* PADA
INDUSTRI PARIWISATA: UJI MEDIASI *DESTINATION AWARENESS* DAN
*DESTINATION SATISFACTION***

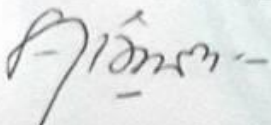
yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Karmelia Melania
NPM: 13 03 20301**

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 10 Maret 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Program Studi Manajemen

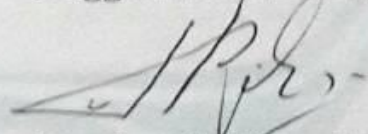
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

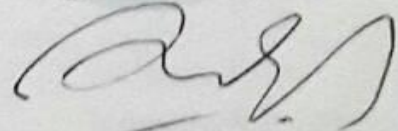


Dr. J. Ellyawati, MM.

Anggota Panitia Penguji



Drs. Ign. Sukirno, MS

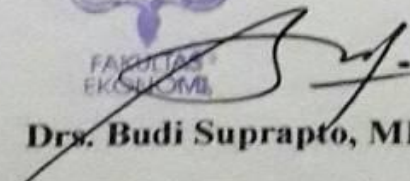


Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.

Yogyakarta, 10 Maret 2017

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

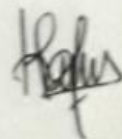
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH *ONLINE PROMOTION* TERHADAP *DESTINATION LOYALTY*
PADA INDUSTRI PARISIWATA: UJI MEDIASI *DESTINATION*
AWARENESS DAN *DESTINATION SATISFACTION***

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiaris sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 9 Februari 2017

Yang menyatakan



Karmelia Melania

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, skripsi ini tidak akan terselesaikan. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang selalu memberikan kekuatan dan selalu memberkati penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM. selaku dosen pembimbing yang selama ini dengan penuh kesabaran dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, koreksi dan masukan/saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
3. Keluarga penulis (Papa, Mama, Kakakku Felix dan Malvin) yang memberikan doa, dukungan, motivasi dan semangat untuk keberhasilan penulis.
4. Degita Natasia yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan.
5. Sahabat-sahabatku (Cynthia, Ratri, Meris, Ayu, Devina, Prisca, Yayi) yang selalu memberikan semangat, dan dukungan kepada penulis selama ini.

6. Ivander Antonius yang selalu membantu penulis dan memberikan semangat, dukungan selama penyusunan skripsi ini.
7. Keluarga KSPM 11, terima kasih atas kebersamaan serta semangat dan dukungan kalian kepada penulis.
8. Teman-teman bimbingan yang selalu membantu dan memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Futsal Putri FE UAJY yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
10. Kelompok 36 Pucung KKN 70 terima kasih atas kebersamaan selama sebulan lebih dan telah memberikan dukungan, semangat kalian kepada penulis.

Semoga Tuhan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi terciptanya kesempurnaan skripsi ini agar dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 9 Februari 2017

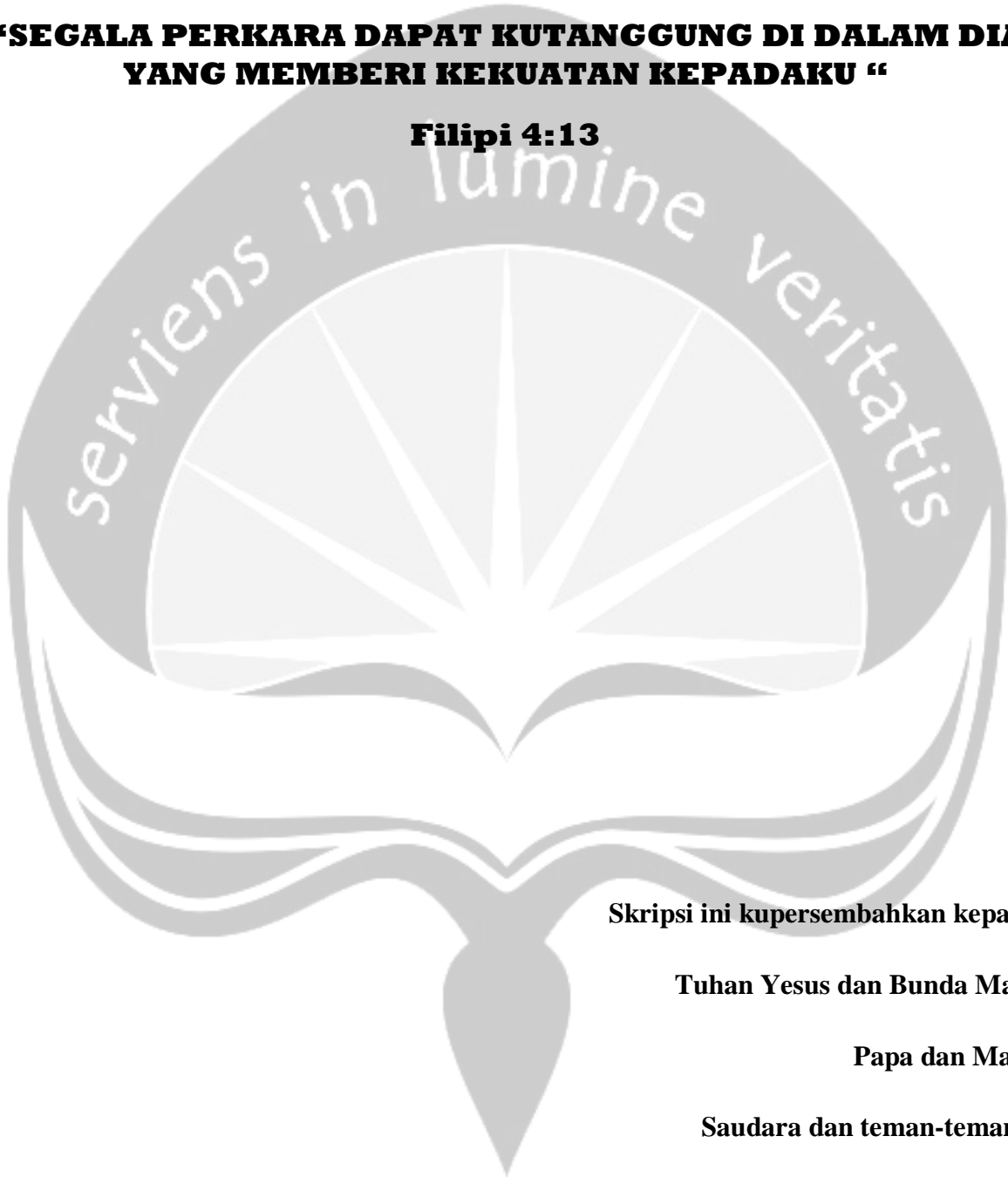
Penulis

Karmelia Melania

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“SEGALA PERKARA DAPAT KUTANGGUNG DI DALAM DIA
YANG MEMBERI KEKUATAN KEPADAKU “**

Filipi 4:13



Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Tuhan Yesus dan Bunda Maria

Papa dan Mama

Saudara dan teman-temanku

Yang telah mendukung, mendoakan, dan mengarahkan

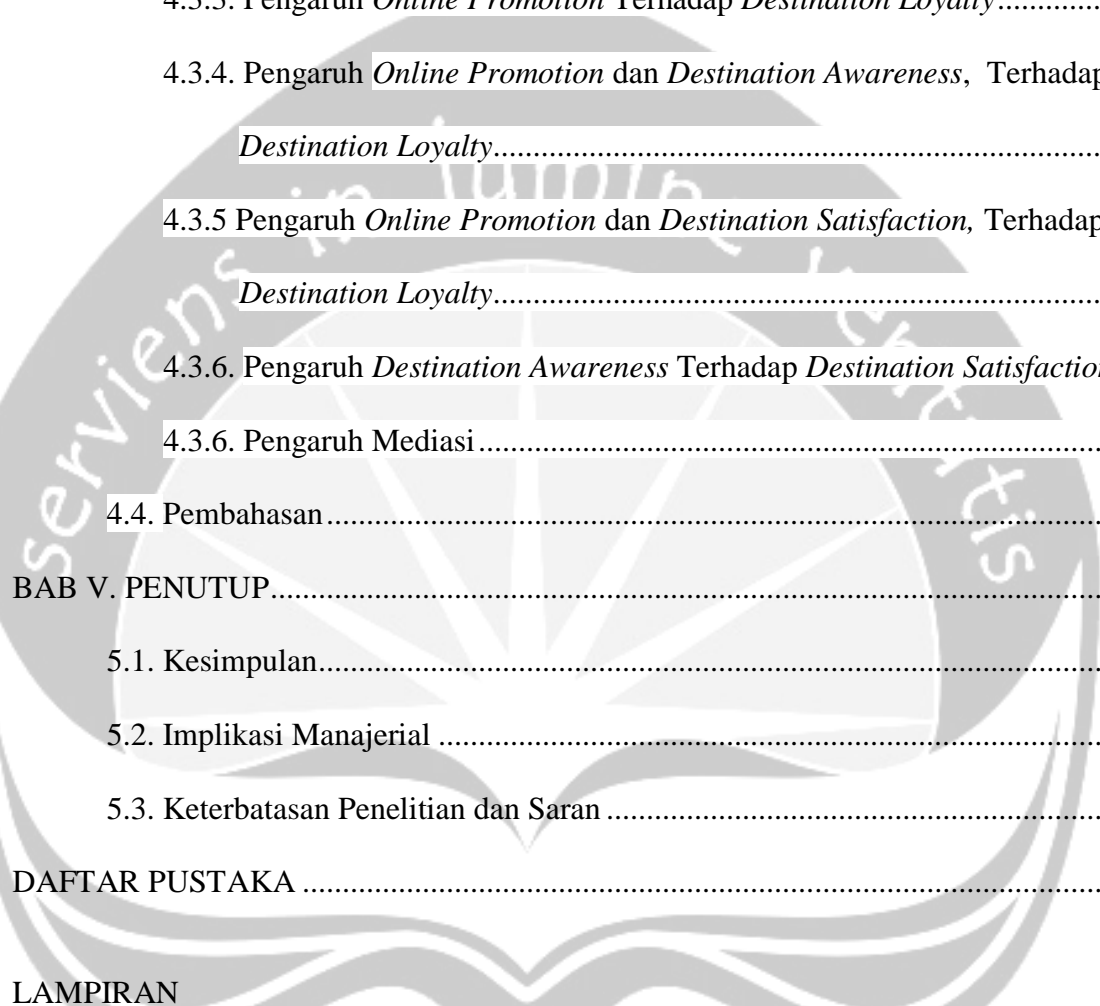
Saya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. <i>Online Promotion</i>	10

2.2. <i>Destination Awareness</i>	12
2.2.1. Pengertian <i>Destination Awareness</i>	12
2.2.2. Komponen <i>Destination Awareness</i>	13
2.3. <i>Destination Satisfaction</i>	14
2.3.1. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	14
2.3.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	16
2.4. <i>Destination Loyalty</i>	17
2.4.1. Pengertian Loyalitas.....	17
2.4.2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	19
2.4.3. Membangun Loyalitas Pelanggan Terhadap Destinasi.....	19
2.5. Penelitian Terdahulu	20
2.6. Pengembangan Hipotesis	29
2.6.1. Pengaruh <i>Online Promotion</i> Terhadap <i>Destination Awareness</i>	29
2.6.2. Pengaruh <i>Online Promotion</i> Terhadap <i>Destination Satisfaction</i>	30
2.6.3. <i>Destination Awareness</i> Memediasi Hubungan Antara <i>Online Promotion</i> Terhadap <i>Destination Loyalty</i>	31
2.6.4. <i>Destination Satisfaction</i> Memediasi Hubungan Antara <i>Online Promotion</i> Terhadap <i>Destination Loyalty</i>	32
2.6.5. Pengaruh <i>Online Promotion</i> Terhadap <i>Destination Loyalty</i>	33
2.6.6. Pengaruh <i>Destination Awareness</i> Terhadap <i>Destination Satisfaction</i> ...	34
2.7. Model Hipotesis Penelitian	35

BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Bentuk Penelitian	36
3.2. Populasi	36
3.3. Sampel dan Metodologi Pengambilan Sampel.....	36
3.4. Metode Pengumpulan Data	37
3.4.1. Data dan Sumber Data.....	37
3.4.2. Metode Pengumpulan Data	37
3.5. Definisi Operasional.....	39
3.6. Metode Pengujian Instrumen	40
3.6.1. Uji Validitas	40
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	40
3.7. Metode Analisis Data	41
3.7.1. Analisis Regresi Berjenjang	41
3.7.2. Uji Signifikansi Individu (Uji t Statistik).....	43
3.7.3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F Statistik).....	44
3.7.4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	44
BAB IV. ANALISIS DATA	46
4.1. Pengujian Instrumen.....	46
4.2. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	48
4.3. Analisis Regresi.....	52
4.3.1. Pengaruh <i>Online Promotion</i> Terhadap <i>Destination Awareness</i>	53



4.3.2. Pengaruh <i>Online Promotion</i> Terhadap <i>Destination Satisfaction</i>	54
4.3.3. Pengaruh <i>Online Promotion</i> Terhadap <i>Destination Loyalty</i>	55
4.3.4. Pengaruh <i>Online Promotion</i> dan <i>Destination Awareness</i> , Terhadap <i>Destination Loyalty</i>	56
4.3.5 Pengaruh <i>Online Promotion</i> dan <i>Destination Satisfaction</i> , Terhadap <i>Destination Loyalty</i>	58
4.3.6. Pengaruh <i>Destination Awareness</i> Terhadap <i>Destination Satisfaction</i> ...	60
4.3.6. Pengaruh Mediasi	61
4.4. Pembahasan	63
BAB V. PENUTUP	66
5.1. Kesimpulan.....	66
5.2. Implikasi Manajerial	67
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1. Tabel Definisi Operasional Penelitian	39
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
Tabel 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Gender.....	48
Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan	50
Tabel 4.6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	51
Tabel 4.7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Informasi Pembelian	51
Tabel 4.8. Klasifikasi Responden Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan Selama di Pulau Bali	52
Tabel 4.9. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Online Promotion</i> Terhadap <i>Destination Awareness</i>	53
Tabel 4.10. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Online Promotion</i> Terhadap <i>Destination Satisfaction</i>	54
Tabel 4.11. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Online Promotion</i> Terhadap <i>Destination Loyalty</i>	55
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda <i>Online Promotion, Destination Awareness</i> , Terhadap <i>Destination Loyalty</i>	56
Tabel 4.13. Hasil Uji Regresi Linear Berganda <i>Online Promotion, Destination Satisfaction</i> , Terhadap <i>Destination Loyalty</i>	58
Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Destination Awareness</i> Terhadap <i>Destination Satisfaction</i>	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2011-2015	4
Gambar 1.2. Kunjungan Wisnus Tahun 2011-2015.....	5
Gambar 2.1. Proses Pembentukan Kepuasan Wisatawan	16
Gambar 2.2. Model Hipotesis Penelitian	35
Gambar 3.1. Hubungan Antar Variabel Independen, Mediator, dan Dependen.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Kuesioner

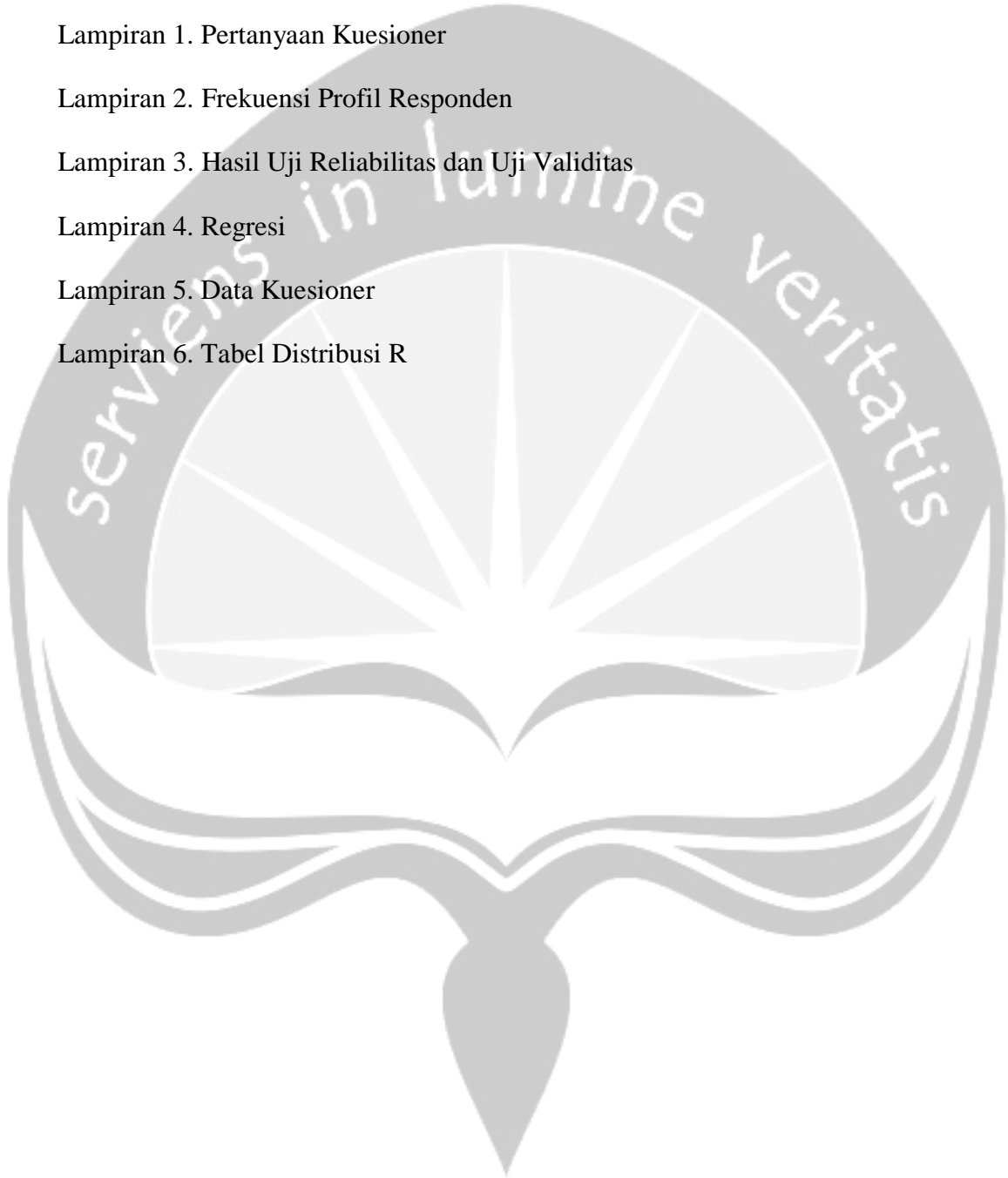
Lampiran 2. Frekuensi Profil Responden

Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

Lampiran 4. Regresi

Lampiran 5. Data Kuesioner

Lampiran 6. Tabel Distribusi R



**PENGARUH *ONLINE PROMOTION* TERHADAP *DESTINATION LOYALTY*
PADA INDUSTRI PARIWISATA: UJI MEDIASI *DESTINATION*
AWARENESS DAN *DESTINATION SATISFACTION***

Disusun oleh:
Karmelia Melania
NPM : 13 03 20301

Pembimbing
Dr. J. Ellyawati, MM.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *online promotion*, *destination awareness*, *destination satisfaction*, *destination loyalty* terhadap kunjungan di Pulau Bali. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel penelitian ini adalah pelanggan yang pernah mengunjungi Pulau Bali minimal satu kali. Teknik pengumpulan data adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada 250 responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu analisis statistik deskriptif, dan analisis regresi berjenjang dengan menggunakan SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online promotion* memiliki pengaruh positif terhadap *destination loyalty* secara langsung dan pengaruh tidak langsung dapat dilihat pada *destination awareness* dan *destination satisfaction* sebagai variabel mediasi terhadap *destination loyalty*. Hal tersebut dapat dilihat dari variabel *destination awareness* dan *destination satisfaction* mempunyai pengaruh secara positif terhadap *destination loyalty*

Kata kunci: *online promotion*, *destination awareness*, *destination satisfaction*, *destination loyalty*.