

**PENGARUH IKLAN PADA VIDEO DAN IKLAN PADA MEDIA CETAK
TERHADAP NIAT WISATAWAN UNTUK MENGENJUNGI
KABUPATEN BANYUWANGI**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Widi Jakti Pangestu

NPM. : 15 03 22174

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2019

Skripsi

**PENGARUH IKLAN PADA VIDEO DAN IKLAN PADA MEDIA CETAK
TERHADAP NIAT WISATAWAN UNTUK MENGENJUNGI
KABUPATEN BANYUWANGI**


Disusun oleh :

WIDI JAKTI PANGESTU

NPM. : 15 03 22174

Yang telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

16 Juli 2019

Skripsi

**PENGARUH IKLAN PADA VIDEO DAN IKLAN PADA MEDIA CETAK
TERHADAP NIAT WISATAWAN UNTUK MENGUNJUNGI
KABUPATEN BANYUWANGI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Widi Jakti Pangestu
NPM : 15 03 22174**

telah dipertahankan di depan panitia penguji
pada tanggal 5 Agustus 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai Derajat Sarjana (S1) Program Studi
Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Anggota Panitia Penguji



E. Dita Septiari, SE., M.Sc.



Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 19 Agustus 2019

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

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 IKLAN PADA VIDEO DAN IKLAN PADA MEDIA CETAK
TERHADAP NIAT WISATAWAN UNTUK MENGUNJUNGI
KABUPATEN BANYUWANGI**

adalah benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau karya orang lain, telah saya nyatakan secara tertulis diskripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi 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 16 Juli 2019

Yang menyatakan



Widi Jakti Pangestu

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S1) pada program studi manajemen universitas atma jaya Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah “PENGARUH IKLAN PADA VIDEO DAN IKLAN PADA MEDIA CETAK TERHADAP NIAT WISATAWAN UNTUK MENGUNJUNGI KABUPATEN BANYUWANGI” (penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa di wilayah Yogyakarta).

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Terutama dari orang tua penulis yang selalu mendukung dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Allah SWT atas semua berkat dan rahmatnya yang telah diberikan kepada penulis sampai sekarang ini.
2. Ibu Prof, Dr, MF, Shellyana Junaedi, S.E., M.Si. sebagai dosen pembimbing dalam penyelesaian skripsi ini yang telah memberikan bantuan, petunjuk, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen yang telah mengajar dan membagikan ilmunya kepada saya mulai dari semester satu hingga kini penulis dapat menyelesaikan Pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

4. Untuk ibuku tercinta, gelar S.E ini juga didapat dari hasil pengorbanan ibu yang selalu mendukung saya untuk dapat menyelesaikan kegiatan perkuliahan dan skripsi dengan cepat dan dengan baik. Melalui ini akan kupesembahkan yang terbaik untuk ibuku tercinta.
5. Untuk Alm. Bapakku tercinta, gelar S.E ini juga kupersembahkan untuknya, jika tidak karena beliau mungkin saya tidak akan menjadi seperti sampai sekarang ini.
6. Rika Puji Astuti sebagai kakak saya terimakasih telah menjadi orang yang selalu menyemangati dan selalu membantu saya dalam perkuliahan hingga skripsi ini.
7. Adek Eka Budian sebagai kekasih saya yang telah banyak membantu saya dari awal perkuliahan sampai akhir penyelesaian skripsi ini. Terimakasih telah menjadi orang yang selalu memotivasi dan selalu mendukung dalam menyelesaikan kegiatan perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Terimakasih untuk keluarga besarku di Yogyakarta dan di Banyuwangi telah memberi semangat serta arahan dari awal perkuliahan hingga saat ini.
9. Ndok Nia, mas Wahyu, mbak Tya, mbak Sinta, mbak Mega, mas Seri serta saudara-saudari saya yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang selalu memberi motivasi dan semangat dalam kegiatan perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Rani, Anna, Yulia, Oriza, mbak Novi, mbak Devi, mbak Afi dan banyak lagi yang tidak bisa disebutkan satu persatu sebagai sahabat yang selalu memotivasi saya untuk menjadi yang terbaik.

11. Terimakasih untuk Mici, Lala, Steven, Ivana, Tabita, Bagas, Shelia, Evan, Valen, Elvan, dan Maria sebagai teman satu bimbingan saya yang telah membantu saya dan memberi semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Seluruh responden yang telah membantu penulis dalam merespon kuesioner yang telah dibagikan.
13. Kak Eva, Naomi, Cici, Karol, Rian, Juan dan Ardhi dari Kelompok KKN 98 Sambeng V terimakasih telah memberi warna dalam dinamika KKN hingga saya menyelesaikan skripsi ini.
14. Untuk Ibu Sumiati, Pak Suprpto, Riko dan keluarga besar serta warga padukuhan Sambeng V terutama ibu Yuli sebagai ibu Dukuh terimakasih telah menjadi keluarga yang sayang dengan kita semua sebagai anak KKN di Sambeng V hingga saat ini.
15. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis memberi masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan tenaga serta pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Maka dalam hal ini juga penulis menerima secara terbuka masukan kritik dan saran yang berguna untuk membangun penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 16 Juli 2019

Penulis,

Widi Jakti Pangestu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Peran iklan pada siap dan perilaku konsumen	13
2.2. Peran konten video pada iklan	14

2.3. Peran <i>print advertising</i> (iklan cetak) pada niat untuk mengunjungi Kabupaten Banyuwangi	19
2.4. Peran kuliner terhadap minat kunjungan wisatawan	24
2.5. Festival pariwisata	27
2.6. Penelitian terdahulu	32
2.7. Pengembangan hipotesis	36
2.7.1. Empati	36
2.7.2. Risiko yang dirasakan	36
2.7.3. Familiaritas Dengan Tempat	37
2.7.3.1. Pengaruh empati terhadap familiaritas dengan tempat ...	37
2.7.3.2. Pengaruh persepsi resiko terhadap familiaritas dengan tempat	39
2.7.4. Citra tempat	39
2.7.4.1. Pengaruh familiaritas dengan tempat terhadap citra tempat	41
2.7.5. Sikap terhadap tempat kunjungan	41
2.7.5.1. Pengaruh citra tempat terhadap sikap terhadap tempat kunjungan	42
2.7.6. Niat mengunjungi suatu tempat	43
2.7.6.1. Sikap terhadap tempat kunjungan memediasi citra tempat terhadap niat untuk berkunjung	44
2.8. Model penelitian	45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi, objek dan subjek penelitian	46
3.2. Jenis dan sumber data	47
3.3. Sampel penelitian	50
3.4. Teknik pengolahan data dan analisis data	50
3.5. Uji instrument penelitian	51
3.6. Metode analisis	55
3.6.1. Pada Analisis Deskripsi Responden	56
3.6.2. Analisis One Way ANOVA	56
3.6.3. Analisis Regresi Linear Sederhana	57
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda	57
3.6.5. Analisis Mediasi	58
3.7. Definisi Operasional	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis statistik deskriptif responden	64
4.2. Analisis One Way ANOVA	66
4.2.1. Berdasarkan jenis kelamin	67
4.2.2. Berdasarkan usia	72
4.2.3. Berdasarkan rata-rata pendapatan	77
4.2.4. Berdasarkan perbedaan antara kuesioner video dan kuesioner majalah	82
4.3. Analisis regresi berganda	85

4.3.1. Pengujian pengaruh empati dan persepsi resiko terhadap familiaritas dengan tempat	85
4.4. Analisis regresi sederhana.....	89
4.4.1. Pengujian pengaruh familiaritas dengan tempat terhadap citra tempat	89
4.5. Analisis mediasi	91
4.5.1. Analisis mediasi hubungan antara citra tempat, sikap terhadap tempat kunjungan dan niat untuk berkunjung	91
4.6. Pembahasan Penelitian.....	95
4.6.1. Pengaruh empati terhadap familiaritas dengan tempat pada <i>treatment</i> menonton video dan membaca majalah	96
4.6.2. Pengaruh persepsi resiko terhadap familiaritas dengan tempat pada <i>treatment</i> menonton video dan membaca majalah.....	97
4.6.3. Pengaruh familiaritas dengan tempat terhadap citra tempat pada <i>treatment</i> menonton vide dan membaca majalah.....	98
4.6.4. Pengaruh citra tempat terhadap sikap terhadap tempat kunjungan pada <i>treatment</i> menonton video dan membaca majalah	98
4.6.5. Sikap terhadap tempat kunjungan sebagai variabel mediasi mempengaruhi antara citra tempat dan niat untuk berkunjung pada <i>treatment</i> menonton video dan membaca majalah.....	99

BAB V PENUTUP

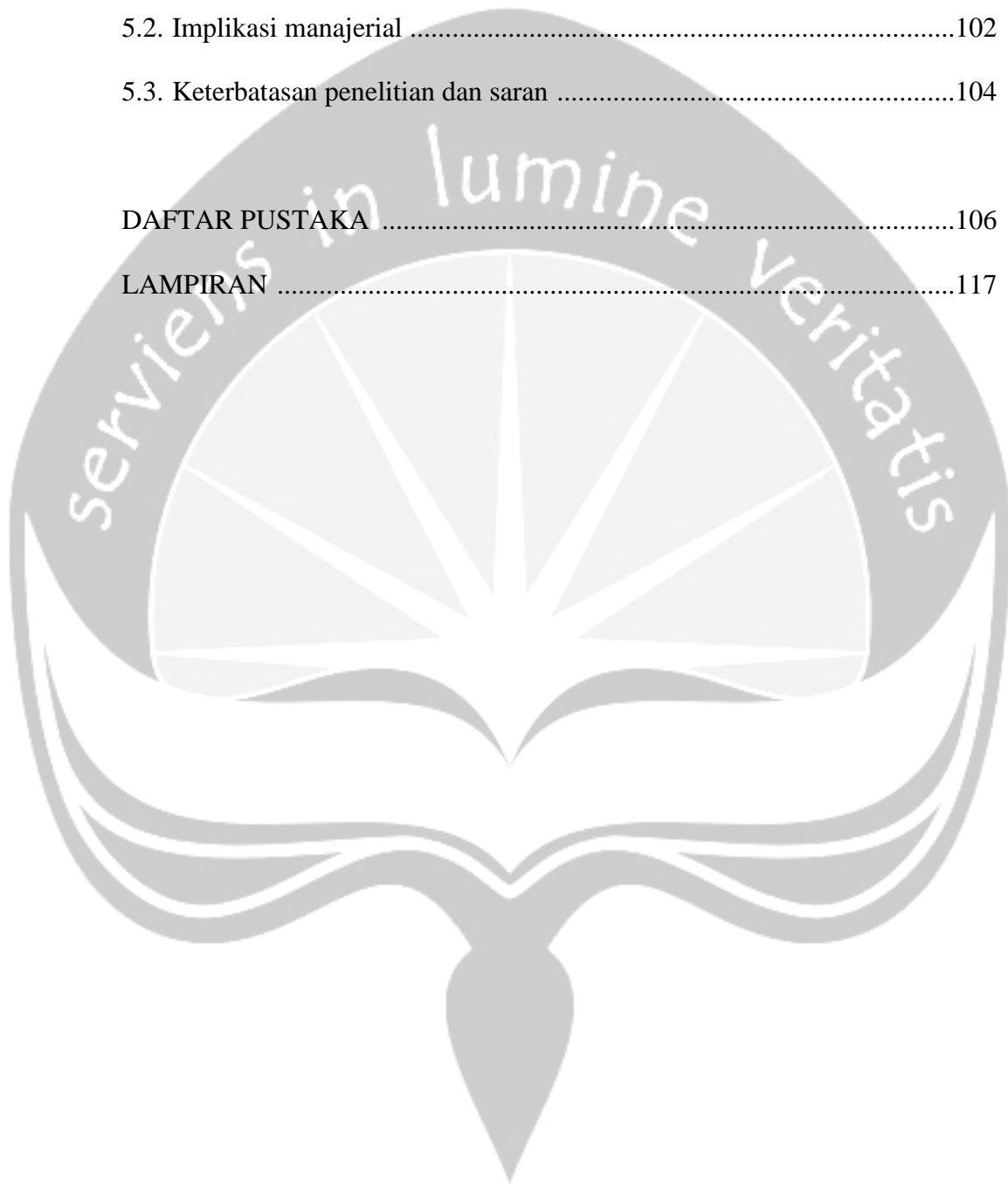
5.1. Kesimpulan101

5.2. Implikasi manajerial102

5.3. Keterbatasan penelitian dan saran104

DAFTAR PUSTAKA106

LAMPIRAN117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Agenda Banyuwangi Festival tahun 2012 - 2019	31
Gambar 2.2.	Model Penelitian	45
Gambar 4.1.	Model Hubungan Antara Citra Tempat, Sikap Terhadap Tempat Kunjungan dan Niat Untuk Mengunjungi Tempat. Pengujian pada hasil <i>treatment</i> menonton video.....	92
Gambar 4.2.	Model Hubungan Antara Citra Tempat, Sikap Terhadap Tempat Kunjungan dan Niat Untuk Mengunjungi Tempat. Pengujian pada hasil <i>treatment</i> membaca majalah.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah penumpang melalui bandar udara banyuwangi tahun 2011 – 2013	4
Tabel 1.2	Jumlah penumpang melalui kereta api tahun 20010-2013	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1	Uji Validitas Kuesioner Video	51
Tabel 3.2	Uji Validitas Kuesioner Majalah	52
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Video	54
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Majalah	55
Tabel 3.5	Definisi Operasional	60
Tabel 4.1	Distribusi jumlah kuesioner	63
Tabel 4.2	Karakteristik responden dalam kuesioner video berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendapatan per bulan	64
Tabel 4.3	Hasil Uji One Way ANOVA Empati, Persepsi Resiko, Familiaritas Dengan Tempat, Citra Tempat, Sikap Terhadap Tempat Kunjungan dan Niat Untuk Berkunjung berdasarkan Jenis Kelamin Pada Responden Dengan <i>Treatment</i> Menonton Video	67
Tabel 4.4	Hasil Uji One Way ANOVA Empati, Persepsi Resiko, Familiaritas Dengan Tempat, Citra Tempat, Sikap Terhadap Tempat Kunjungan dan Niat Untuk Berkunjung berdasarkan	

	Jenis Kelamin Pada Responden Dengan <i>Treatment</i> Membaca Majalah	69
Tabel 4.5	Hasil Uji One Way ANOVA Empati, Persepsi Resiko, Familiaritas Dengan Tempat, Citra Tempat, Sikap Terhadap Tempat Kunjungan dan Niat Untuk Berkunjung Berdasarkan Usia Pada Responden Dengan <i>Treatment</i> Menonton Video	72
Tabel 4.6	Hasil Uji One Way ANOVA Empati, Persepsi Resiko, Familiaritas Dengan Tempat, Citra Tempat, Sikap Terhadap Tempat Kunjungan dan Niat Untuk Berkunjung Berdasarkan Usia Pada Responden Dengan <i>Treatment</i> Membaca Majalah	74
Tabel 4.7	Hasil Uji One Way ANOVA Empati, Persepsi Resiko, Familiaritas Dengan Tempat, Citra Tempat, Sikap Terhadap Tempat Kunjungan dan Niat Untuk Berkunjung Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Pada Responden Dengan <i>Treatment</i> Menonton Video	77
Tabel 4.8	Hasil Uji One Way ANOVA Empati, Persepsi Resiko, Familiaritas Dengan Tempat, Citra Tempat, Sikap Terhadap Tempat Kunjungan dan Niat Untuk Berkunjung Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Pada Responden Dengan <i>Treatment</i> Membaca Majalah.....	80
Tabel 4.9	Hasil Uji One Way ANOVA antara <i>treatment</i> video dan <i>treatment</i> majalah.....	82

Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Berganda Pengaruh Empati dan Persepsi Resiko terhadap Familiaritas Dengan Tempat. Pengujian pada hasil <i>treatment</i> menonton video	85
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Berganda Pengaruh Empati dan Persepsi Resiko terhadap Familiaritas Dengan Tempat. Pengujian pada hasil <i>treatment</i> membaca majalah	87
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Familiaritas Dengan Tempat Terhadap Citra Tempat. Pengujian pada hasil <i>treatment</i> menonton video	89
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Familiaritas Dengan Tempat Terhadap Citra Tempat. Pengujian pada hasil <i>treatment</i> membaca majalah	90
Tabel 4.14	Model Hubungan Mediasi Antara Citra Tempat, Sikap Terhadap Tempat Kunjungan dan Niat Untuk Mengunjungi Tempat. Pengujian pada hasil <i>treatment</i> menonton video	91
Tabel 4.15	Model Hubungan Mediasi Antara Citra Tempat, Sikap Terhadap Tempat Kunjungan dan Niat Untuk Mengunjungi Tempat. Pengujian pada hasil <i>treatment</i> membaca majalah	93

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	DAFTAR GAMBAR FESTIVAL BANYUWANGI TAHUN 2013 - 2019
LAMPIRAN 2	PERTANYAAN KUESIONER
LAMPIRAN 3	DATA KUESIONER
LAMPIRAN 4	<i>TREATMENT</i> MEMBACA MAJALAH
LAMPIRAN 5	<i>TREATMENT</i> MENONTON VIDEO
LAMPIRAN 6	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
LAMPIRAN 7	HASIL REGRESI LINIER SEDERHANA , BERGANDA DAN MEDIASI
LAMPIRAN 8	HASIL UJI BEDA (ANOVA)
LAMPIRAN 9	JURNAL UTAMA (ACUAN)

**PENGARUH IKLAN PADA VIDEO DAN IKLAN PADA MEDIA CETAK
TERHADAP NIAT WISATAWAN UNTUK MENGENJUNGI
KABUPATEN BANYUWANGI**

**Disusun oleh :
WIDI JAKTI PANGESTU
NPM. : 15 03 22174**

**Pembimbing :
Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.**

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh iklan pada video dan iklan pada media cetak terhadap niat wisatawan untuk mengunjungi Kabupaten Banyuwangi. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada mahasiswa yang berada di Yogyakarta. Data diperoleh dengan menggunakan dua *treatment* yaitu *treatment* dengan menonton video sebanyak 76 responden dan *treatment* dengan membaca majalah sebanyak 76 responden dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda, sederhana dan mediasi untuk menguji apakah variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen secara objektif, dan untuk melihat derajat dan karakter dari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa empati memiliki pengaruh positif terhadap familiaritas dengan tempat pada *treatment* video maupun majalah, yang artinya semakin tinggi tingkat empati terhadap kabupaten Banyuwangi maka akan meningkatkan familiaritas wisatawan terhadap Kabupaten Banyuwangi. Persepsi resiko memiliki pengaruh negatif terhadap familiaritas dengan tempat pada *treatment* video maupun majalah, yang artinya semakin tinggi tingkat persepsi resiko wisatawan maka semakin memberikan efek negatif terhadap familiaritas dengan tempat di Kabupaten Banyuwangi. Familiaritas dengan tempat memberikan efek positif terhadap citra tempat pada *treatment* video maupun majalah, yang artinya semakin tinggi tingkat familiaritas dengan tempat terhadap Kabupaten Banyuwangi maka akan meningkatkan citra tempat pada wisatawan terhadap Kabupaten Banyuwangi. Sikap terhadap tempat kunjungan memberikan efek positif terhadap niat untuk berkunjung pada *treatment* video maupun majalah, yang artinya semakin tinggi sikap wisatawan terhadap Kabupaten Banyuwangi maka akan meningkatkan niat untuk berkunjung pada wisatawan terhadap Kabupaten Banyuwangi. Dilihat dari hasilnya maka keenam variabel tersebut dapat mempengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Banyuwangi.

Kata Kunci: empati, familiaritas dengan tempat, citra tempat, sikap terhadap tempat, niat untuk berkunjung ke Kabupaten Banyuwangi, iklan video, iklan majalah