

**ANALISIS FAKTOR CITRA MEREK BRAND LOKAL DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT PENGUNJUNG
EVENT LAND OF LEISURES OLEH AMBARRUKMO GROUP**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Oleh:

VICTORIO SEPTIAN BINTANG AJI PUTRA

190324782

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA

YOGYAKARTA

2023

Skripsi

**ANALISIS FAKTOR CITRA MEREK BRAND LOKAL DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT PENGUNJUNG *EVENT LAND OF LEISURES*
OLEH AMBARRUKMO GROUP**



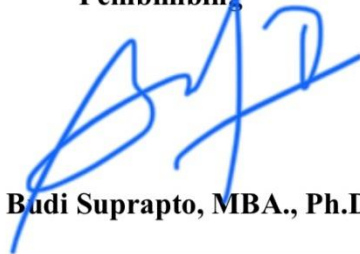
Disusun Oleh:

Victorio Septian Bintang Aji Putra

NPM : 190324782

Telah dibaca dan disetujui oleh :

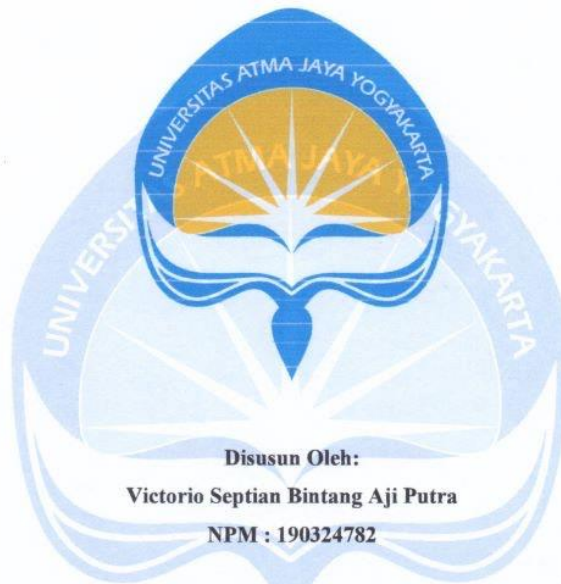
Pembimbing



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

Skripsi

**ANALISIS FAKTOR CITRA MEREK BRAND LOKAL DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT PENGUNJUNG
EVENT LAND OF LEISURES
OLEH AMBARRUKMO GROUP**



Disusun Oleh:

Victorio Septian Bintang Aji Putra

NPM : 190324782

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

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

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR CITRA MEREK BRAND LOKAL DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT PENGUNJUNG *EVENT LAND OF LEISURES* OLEH AMBARRUKMO GROUP

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Victorio Septian Bintang Aji Putra

NPM: 190324782

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 12 Juni 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji

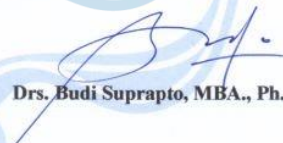


W. Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si.



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

Yogyakarta, 03-07-2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



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

FARULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

ANALISIS FAKTOR CITRA MEREK BRAND LOKAL DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PENGUNJUNG *EVENT LAND OF LEISURES* OLEH AMBARRUKMO GROUP

Benar-benar hasil karya sendiri, pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan 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 plagiasi Sebagian atau seluruhnya dalam skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan dikembalikan kepada Univerisitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Mei 2023

Yang Menyatakan,



Victorio Septian Bintang Aji Putra

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini guna memenuhi syarat dalam mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta sampai akhir dengan baik.

Judul dari penulisan skripsi ini yaitu :

ANALISIS FAKTOR CITRA MEREK BRAND LOKAL DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PENGUNJUNG *EVENT LAND OF LEISURES* OLEH AMBARRUKMO GROUP

Penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih untuk pihak pihak yang memberikan penulis semangat, tuntutan, arahan, dorongan, masukan yaitu kepada :

1. Pertama dan utama kepada Allah SWT tak henti-hentinya rasa syukur ini di ucapkan.
2. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi, karena arahan, masukan, koreksi dan semangatnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar
3. Keluarga saya khususnya ibu saya yang selalu memberi dukungan sehingga saya semangat untuk segera menyelesaikan skripsi
4. Dosen-dosen FBE UAJY yang telah memberikan saya ilmu yang banyak bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Keluarga OM KEZHA yang selalu menyemangati dan menemani saya selama studi

6. Sahabat saya Fransisko Chandra Widjaja yang selalu rutin mendengarkan keluh kesah saya dan selalu ada buat saya
7. Terimakasih Sylvia Kanzha Irawadi yang menemani saya saat studi, mengajarkan saya dalam proses pendewasaan, dan membuat saya bahagia walaupun sebentar
8. Segenap responden penelitian saya yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner skripsi ini
9. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2019 yang telah membantu menulis dalam berproses selama empat tahun terakhir
10. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini, terima kasih untuk semuanya.

Dalam skripsi ini penulis menyadari bahwa penelitian yang dilakukan tidak sepenuhnya sempurna dikarenakan beberapa kendala ataupun keterbatasan yang ada.

Yogyakarta, 10 Mei 2023

Penulis



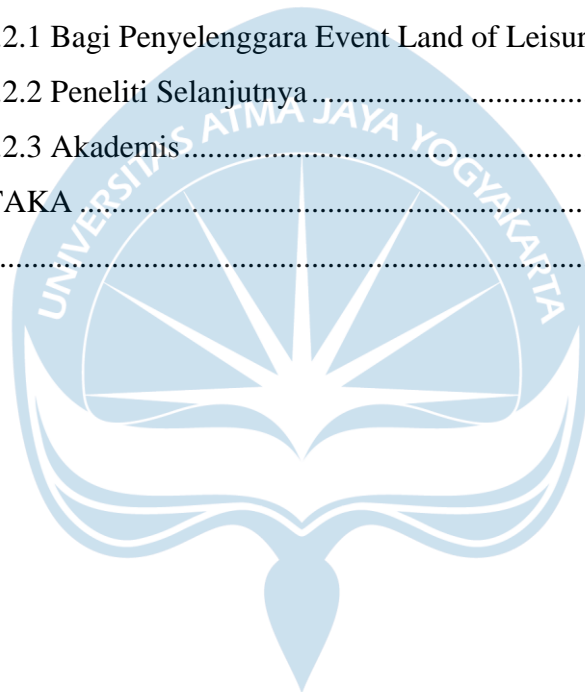
Victorio Septian Bintang Aji Putra

DAFTAR ISI

ANALISIS FAKTOR CITRA MEREK BRAND LOKAL DAN PROMOSI	1
PERNYATAAN ORISINALITAS	5
KATA PENGANTAR	6
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR TABEL.....	12
ABSTRAK.....	13
BAB 1 PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Sistematika Penulisan.....	19
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Landasan Teori	21
2.1.1 Brand Lokal.....	21
2.1.2 Citra Merek (Brand Image)	21
2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek (Brand Image)	22
2.1.4 Dimensi Brand Image.....	23
2.2 Hubungan Antara Brand Image Dan Brand Lokal	25
2.3 Brand Awareness.....	25
2.4 Artis	29
2.4.1 Karakteristik Artis	30
2.5 Promosi.....	31
2.5.1 Jenis Promosi.....	35
2.5.2 Manfaat Promosi	36
2.5.3 Bauran Promosi	37

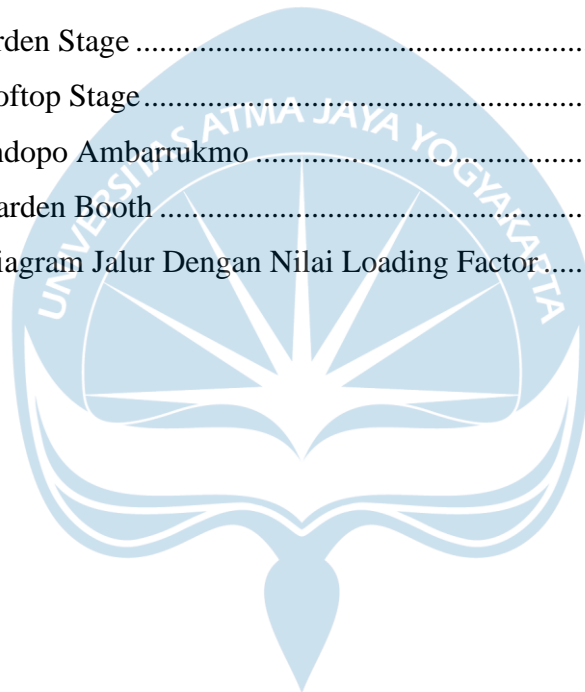
2.6 Penelitian Terdahulu.....	39
2.7 Kerangka Penelitian.....	46
2.8 Pengembangan Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Desain Penelitian	48
3.2 Populasi, Sampel, dan Metode Pengambilan Sampel.....	48
3.3 Objek, Lokasi Penelitian, dan Waktu Penelitian	49
3.4 Metode Pengumpulan Data	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.1 Kuesioner.....	50
3.5.2 Dokumentasi.....	51
3.6 Metode Analisis Data	52
3.6.1 Uji Validitas.....	52
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	53
3.7 Merancang Model Pengukuran (Outer model).....	53
3.8 Merancang Model Struktural (Inner model).....	54
3.8.1 Evaluasi Model Struktural atau Inner model.....	54
3.9 Variabel Penelitian	55
3.10 Instrumen Penelitian	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Sekilas Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.2 LOGO Land Of Leisures (LOL).....	59
4.3 Pasar Kreatif Fashion dan Lifestyle.....	63
4.4 Konser Musik	64
4.5 Talkshow	65
4.6 Kuliner	66
4.7 Hasil Penelitian.....	67
4.8 Analisis Deskriptif.....	68
4.9 Profil Responden	68

4.10 Analisis Model Pengukuran.....	70
4.10.1 Evaluasi Outer Model atau Measurement model	70
4.11 Pengujian Hipotesis	77
4.12 Pembahasan	79
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	83
5.2.1 Bagi Penyelenggara Event Land of Leisures di Yogyakarta	83
5.2.2 Peneliti Selanjutnya	83
5.2.3 Akademis.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Land of Leisures 2016	59
Gambar 4. 2 Logo Land of Leisures 2017	60
Gambar 4. 3 Logo Land of Leisures 2018	61
Gambar 4. 4 Logo Land of Leisures 2019	62
Gambar 4. 5 Logo Land of Leisures 2022	62
Gambar 4. 6 Atrium Plaza Ambarrukmo	63
Gambar 4. 7 Garden Stage	64
Gambar 4. 8 Rooftop Stage	65
Gambar 4. 9 Pendopo Ambarrukmo	66
Gambar 4. 10 Garden Booth	67
Gambar 4. 11 Diagram Jalur Dengan Nilai Loading Factor	71



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3. 1 Skala Linkert.....	51
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian	55
Tabel 4. 1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin.....	68
Tabel 4. 2 Distribusi responden berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4. 3 Distribusi Responden berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili	69
Tabel 4. 5 Factor Loading	71
Tabel 4. 6 Cross Loading	73
Tabel 4. 7 Construct Reliability and Validity	74
Tabel 4. 8 Fornell-Larcker Criterion.....	74
Tabel 4. 9 Overview	74
Tabel 4. 10 Composite Reliability	75
Tabel 4. 11 Adjusted R-Square	76
Tabel 4. 12 Pengujian Hipotesis	77

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh Citra Merek Brand Lokal terhadap minat pengunjung *Event Lands of Leisures* Oleh Ambarrukmo Group (2) Pengaruh Promosi terhadap minat pengunjung *Event Lands of Leisures* Oleh Ambarrukmo Group

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan instrument penelitian yaitu kuesioner. Populasi penelitian berjumlah 130 responden dengan Teknik yang digunakan yaitu purposive sampling. Uji yang digunakan dalam penelitian ini uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan metode SEM Pls atau perangkat yang digunakan yaitu Smart Pls 4. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menyatakan Citra merek brand lokal yang dipersepsikan mempunyai pengaruh positif terhadap minat pengunjung *Event Land of Leisures*. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung hadir di *Event Land of Leisures* karena Citra merek brand lokal yang dipersepsikan pengunjung terhadap brand lokal baik dan kualitas yang baik. promosi mempunyai efek positif signifikan terhadap variabel minat pengunjung dapat diterima. *Festival Event Land of Leisures* berhasil membuat para pengunjungnya tertarik untuk datang dan membeli tiket, karena dilihat dari penelitian ini para pengunjung sebagian besar merasa dirinya tertarik oleh *Event Land of Leisures* yang diselenggarakan oleh Ambarrukmo Group.