

Pengaruh Sifat *Word of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Tingkat Keputusan Masyarakat Berkunjung ke Jawa Timur Park Group



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

Angeline Natania Thomas

190907055

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Pengaruh Sifat *Word of Mouth* dan *Brand Image* Jawa Timur Park Group terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke Jawa Timur Park Group

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) / Sarjana Sosial (S.Sos)

disusun oleh :

Angeline Natania Thomas

190907055

disetujui oleh :



Ign. Agus Putranto, M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

TAHUN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Sifat *Word of Mouth* dan *Brand Image* Jawa Timur Park Group terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke Jawa Timur Park Group

Penyusun : Angeline Natania Thomas

NPM : 190907055

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 11 Juli 2023

Pukul : 13.00

Tempat : Ruang Sidang Kampus IV Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji II



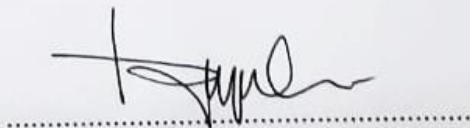
Yoseph Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA., Dr. Phil.

Penguji I



Immanuel Dwi A. T, M.I.Kom.

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, M. A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angeline Natania Thomas

NPM : 190907055

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth* dan *Brand Image* Jawa Timur Park Group terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke Jawa Timur Park Group

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Saya yang menyatakan,

Angeline Natania Thomas

**Pengaruh Sifat *Word of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Tingkat
Keputusan Masyarakat Berkunjung ke Jawa Timur Park Group**

ABSTRAK

Penelitian dengan judul Pengaruh Sifat *Word of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Tingkat Keputusan Masyarakat Berkunjung ke Jawa Timur Park Group memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari sifat *word of mouth* dan *brand image* terhadap keputusan berkunjung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teori komunikasi pemasaran, *brand image*, *word of mouth* dan Tingkat Pengambilan Keputusan Berkunjung. Penelitian yang penulis buat berbeda dengan penelitian sebelumnya karena penelitian ini merupakan penelitian yang mencakup seluruh wisata dari Jawa Timur Park Group dan melihat seberapa pengaruh *word of mouth* dan *brand image* dalam mempengaruhi keputusan masyarakat dalam berkunjung ke Jawa Timur Park Group. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatif yang menggunakan metode kuesioner dalam mengumpulkan data. Populasi dari penelitian ini tidak terbatas sedangkan metode sampel dari penelitian ini adalah *purposive* atau *judgemental* terhadap masyarakat yang berkeinginan untuk berkunjung ke Jawa Timur Park Group dengan total sampel adalah 130 Responden. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat pengaruh dari *word of mouth* dan *brand image* terhadap keputusan masyarakat untuk berkunjung ke Jawa Timur Park Group. Besar pengaruh tersebut adalah 73,3%.

Kata Kunci : *word of mouth*, *brand image*, keputusan berkunjung, JTP

HALAMAN MOTTO

“Faith and fear can’t live under the same roof”



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan pada Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberi saya hikmat dan kebijaksanaan serta kemampuan sehingga penulisan ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan salah satu dari syarat untuk penulis memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulis bukanlah orang yang sempurna dan tidak jauh dari kekurangan. Besar harapan penulis pada pembaca jika ada diantara para pembaca dapat membantu mengoreksi serta memberikan saran-saran demi penyempurnaan pada masa-masa yang akan datang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari beberapa pihak yang memberikan dukungan dan juga doa baik secara langsung maupun tidak langsung. Dukungan tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam penulis menyelesaikan skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kekuatan hikmat dan kebijaksanaan bagi penulis untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dan menolong penulis hingga penulisan ini selesai
3. Orang tua saya tercinta Izaak Eben Haezer dan Atik Yuni Irawati yang selalu mencintai saya, menjadi penyemangat, pendoa dan pendukung yang selalu setia.
4. Kakak dan adik saya tercinta Luh Putu Grace Eunike, Ni Made Gracia Trifosa dan Timothy Thomas yang selalu memberikan semangat dan siap memberikan bantuan kapanpun dibutuhkan.

5. Oma Caroline Latu Papua & Opa Yohanes Thomas yang memberikan dukungan, doa dan menjadi motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
6. Orang terbaik dalam hidup saya, Andrew Benedict Cyrilus Hardono yang senantiasa selalu sabar dan memberikan dukungan serta doa dari pembuatan skripsi ini dimulai hingga selesai dalam situasi suka maupun duka dan menjadi salah satu alasan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
7. Kepada orang-orang baik disekitar saya Sita, Valen, Tata, Vanes, dan Agung yang sudah menjadi teman setia dan penyemangat saya untuk menyelesaikan skripsi ini.



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Abstraksi	v
Halaman Motto	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Teori	6
F. Kerangka Konsep	17
G. Definisi Operasional.....	19
H. Metodologi Penelitian	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Metode Penelitian.....	21
3. Populasi dan Sampel	21
4. Jenis Data	22
5. Teknik Pengumpulan Data.....	22
6. Uji Validitas dan Reliabilitas	23
7. Teknik Analisis Data.....	24
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Jawa Timur Park Group	30

B. Macam-Macam Wisata Jawa Timur Park Group	31
C. Media Komunikasi Pemasaran	40

BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Pengujian Validitas	43
B. Pengujian Reliabilitas	46
C. Pengujian Frekuensi	48
D. Pengujian Deskriptif.....	68
E. Pengujian Regresi	71
F. Pembahasan	75

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	82
B. Saran	82
Daftar Pustaka	84
Lampiran	88



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Definisi Operasional Variabel	19
Tabel 3.1 Tabel Pengujian Validitas <i>Word of Mouth</i> (X1)	43
Tabel 3.2 Tabel Pengujian Validitas <i>Brand Image</i> (X2).....	44
Tabel 3.3 Tabel Pengujian Validitas Keputusan Berkunjung (Y).....	45
Tabel 3.4 Tabel Pengujian Reliabilitas <i>word of mouth</i> (X1)	46
Tabel 3.5 Tabel Pengujian Reliabilitas <i>Brand Image</i> (X2).....	47
Tabel 3.6 Tabel Pengujian Reliabilitas Keputusan Berkunjung (Y).....	47
Tabel 3.7 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Word Of Mouth</i> .	48
Tabel 3.8 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Word Of Mouth</i> .	49
Tabel 3.9 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Word Of Mouth</i> .	49
Tabel 3.10 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Word Of Mouth</i>	50
Tabel 3.11 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Word Of Mouth</i>	51
Tabel 3.12 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Word Of Mouth</i>	52
Tabel 3.13 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Word Of Mouth</i>	52
Tabel 3.14 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Word Of Mouth</i>	53
Tabel 3.15 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Word Of Mouth</i>	54
Tabel 3.16 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Word Of Mouth</i>	55
Tabel 3.17 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i>	55
Tabel 3.18 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i>	56
Tabel 3.19 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i>	56
Tabel 3.20 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i>	57
Tabel 3.21 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i>	58
Tabel 3.22 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i>	58
Tabel 3.23 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i>	59
Tabel 3.24 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i>	60
Tabel 3.25 Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i> ...	60

Tabel 3.26	Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i>	61
Tabel 3.27	Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Berkunjung	61
Tabel 3.28	Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	62
Tabel 3.29	Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	63
Tabel 3.30	Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	63
Tabel 3.31	Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	64
Tabel 3.32	Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	65
Tabel 3.33	Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	65
Tabel 3.34	Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	66
Tabel 3.35	Tabel Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	67
Tabel 3.36	Tabel Pengujian Deskriptif Word of Mouth (X1).....	67
Tabel 3.37	Tabel Pengujian Deskriptif Brand Image (X2).....	69
Tabel 3.38	Tabel Pengujian Deskriptif Keputusan Berkunjung (Y).....	70
Tabel 3.39	Tabel Koefisien Determinasi	71
Tabel 3.40	Tabel Hasil Pengujian F.....	73
Tabel 3.41	Tabel Hasil Pengujian t.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Wahana Jawa Timur Park Satu	32
Gambar 2.2 Wahana Jawa Timur Park Dua	33
Gambar 2.3 Wahana Jawa Timur Park Tiga	34
Gambar 2.4 Wahana Bati <i>Night Spectacular</i>	35
Gambar 2.5 Wahana <i>Eco Green Park</i>	36
Gambar 2.6 Wahana <i>Museum Angkut</i>	36
Gambar 2.7 <i>Museum Satwa</i>	37
Gambar 2.8 <i>Museum Tubuh</i>	38
Gambar 2.9 <i>Predator Fun Park</i>	39
Gambar 2.10 Wisata Bahari Lamongan	40
Gambar 2.11 Maharani Zoo	40

