

**Pengaruh *Authenticity* pada *Destination Loyalty* melalui Mediasi Keterlibatan
Selebriti: Studi pada Destinasi Wisata di Yogyakarta**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Riza Amalia Rahayu

NPM: 180324378

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

TAHUN 2023

Skripsi

**PENGARUH *AUTHENTICITY* PADA *DESTINATION LOYALTY* MELALUI
MEDIASI KETERLIBATAN SELEBRITI: STUDI PADA DESTINASI WISATA DI
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Riza Amalia Rahayu

NPM:180324378

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji

pada tanggal 5 Januari 2024

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

M. Parnawa Putranta MBA, PhD.

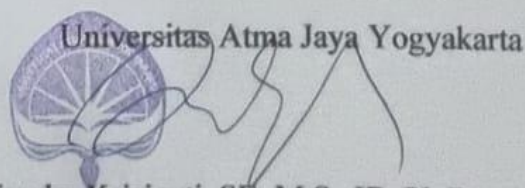
Anggota Panitia Penguji

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Th. Diah Widiastuti SE., M.Si.

Yogyakarta, 21 Januari 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika



Wenefrida Mahestu Noviantra Krisjanti, SE. M.Sc.IB. Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh *Authenticity* pada *Destination Loyalty* melalui Mediasi Keterlibatan

Selebriti: Studi pada Destinasi Wisata di Yogyakarta



Disusun oleh:

Riza Amalia Rahayu

NPM: 180324378

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke, followed by the initials "as".

Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Pengaruh *Authenticity* pada *Destination Loyalty* melalui Mediasi Keterlibatan Selebriti: Studi pada Destinasi Wisata di Yogyakarta

Merupakan hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan maupun ide orang lain dinyatakan secara tertulis pada skripsi ini dalam bentuk catatan perut dan 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, Desember 2023

Yang menyatakan

Riza Amalia Rahayu

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, pertama penulis ucapkan puji dan syukur atas berkat rahmat Allah SWT, karena diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Authenticity* pada *Destination Loyalty* melalui Mediasi Keterlibatan Selebriti: Studi pada Destinasi Wisata di Yogyakarta” dalam rangka menyelesaikan skripsi ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, keluarga saya, pembimbing dan juga teman yang telah mendukung saya. Terima kasih pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan saya kesempatan untuk mencapai gelar sarjana. Tanpa dukungan keluarga, teman, dan bantuan dari dosen pembimbing, saya tidak mungkin mampu menyelesaikan skripsi ini. Orang-orang tersebut ialah:

1. Ibu Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa mengarahkan dan membantu saya selama proses penyusunan skripsi ini. Berkat bimbingan beliau skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Untuk orang-orang yang saya kasihi yaitu ayah saya Dudi Rahayu Prawira Kusumah, ibu Susiloningsih, dan kedua kakak saya Rahadyan Widi Asmara Kusumah dan Rinanda Amarsiwi Rahayu. Terima kasih atas nasihat dan dukungan yang diberikan sepanjang proses pembuatan skripsi.
3. Untuk sahabat terbaik saya MATOKI WINKE WINKE; Tahnia, Salsa, Ella, Aya, Laras, Eno, Ally, Bella, Anin, Vania, teman-teman

GASKEUN LUR; Arel, Aya, Satriya, Bagus, teman seperjuangan Ita dan Alden, dan juga Stephen. Terima kasih sudah selalu mengingatkan saya, menasihati, mendukung, dan selalu ada untuk saya selama mengerjakan skripsi ini.

4. Seluruh teman-teman perkuliahan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta
5. Seluruh pihak lain seperti responden, dan pihak-pihak lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kontribusi yang diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Demikian skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak lain sebagai pertimbangan ataupun referensi untuk penelitian selanjutnya. Kritik dan saran yang membangun selalu dapat diterima oleh penulis secara terbuka untuk menjadi lebih baik lagi kedepannya.

Yogyakarta, Desember 2023

Penulis

Riza Amalia Rahayu

MOTTO

*“You shouldn’t compare yourself with other and if nature has made you
a bat, you shouldn’t try to turn yourself into an ostrich”*

(Hermann Hesse)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Praktisi.....	6
1.4.2 Teoritis	7
1.5 Batasan Masalah	7
1.6.Sistematika Penulisan Laporan	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Film-Induced Tourism	9
2.1.2. Auntentitas.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. <i>Destination Loyalty</i>	11
2.1.4. Keterlibatan Selebriti	11
2.2. Penelitian Terdahulu.....	12
Kerangka Penelitian	16
2.3. 16	
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	16
2.4.1. Pengaruh <i>Constructivist Authenticity</i> Terhadap <i>Existential Authenticity</i> .	17
2.4.2. Pengaruh <i>Authenticity</i> Terhadap <i>Destination Loyalty</i>	17

2.4.3.	Pengaruh Mediasi Keterlibatan Selebriti Terhadap <i>Destination Loyalty</i>	18
BAB III	19
METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1.	Lokasi, Objek dan Subjek Penelitian	19
3.2.	Data dan Sumber Data	19
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	20
3.4.	Metode Sampling	21
3.5.	Pengukuran Variabel	21
3.6.	Metode Pengujian Data	24
BAB IV	29
ANALISA DAN PEMBAHASAN	29
4.1.	Pengumpulan Data	29
4.2.	Tahapan Pengujian Hipotesis Penelitian dengan SEM-PLS (<i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i>)	30
4.2.1.	Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	31
4.2.2.	Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	36
4.2.3.	Uji Mediasi	41
4.3.	Pembahasan	44
4.3.1.	Pengaruh <i>Constructivist Authenticity</i> pada <i>Existential Authenticity</i>	44
4.3.2.	Pengaruh <i>Constructivist Authenticity</i> dan <i>Existential</i> pada <i>Destination Loyalty</i>	45
4.3.3.	Pengaruh <i>Authenticity</i> Konstruktivis dan Eksistensial pada <i>Destination Loyalty</i> dengan Mediasi Keterlibatan Selebriti	46
BAB V	48
PENUTUP	48
5.1.	Kesimpulan	48
5.2.	Implikasi Manajerial	49
5.3.	Keterbatasan Penelitian	50
5.4.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN – LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Wisatawan Nusantara dan Asing	2
Tabel 1.2 Persentase Kunjungan Pariwisata.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional.....	21
Tabel 3.2 Tabel Nilai R-Square	26
Tabel 4.1 Pertanyaan Filtering Pertama “Apakah anda pernah menyaksikan acara ragam <i>Battle Trip</i> episode 146?”	28
Tabel 4.2. Pertanyaan Filtering Kedua “Apakah anda pernah mengunjungi destinasi Jalan Malioboro dan Tempo Gelato setelah menyaksikan <i>Battle Trip</i> episode 146?”	29
Tabel 4.3 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	30
Tabel 4.4 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	31
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	35
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas	35
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>R-Square</i>	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis	38
Tabel 4.9 Hasil Analisis Baron & Kenny H_{3a}	40
Tabel 4.10 Hasil Analisis Baron & Kenny H_{3b}	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	15
Gambar 3.1 Model Analisis Mediasi Baron & Kenny	27
Gambar 4.1 Model Struktural Outer Model	30
Gambar 4.2 Model Struktural Inner Model.....	35
Gambar 4.3 Model Mediasi Analisis Baron & Kenny.....	42



**Pengaruh *Authenticity* pada *Destination Loyalty* melalui Mediasi Keterlibatan
Selebriti: Studi pada Destinasi Wisata di Yogyakarta**

Riza Amalia Rahayu

Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh dari *Authenticity* baik secara konstruktivis maupun eksistensial dengan *Destination Loyalty* pada *film- induce tourism* melalui keterlibatan selebriti. Beberapa penelitian telah mengeksplorasi mekanisme secara psikologis mengenai *Authenticity* mana yang mempengaruhi *Destination Loyalty*. Penelitian masa kini mengisi jarak penelitian dengan mempertimbangkan peran Keterlibatan Selebriti dalam pariwisata maka dari itu variabel dalam penelitian ini adalah *Authenticity* baik secara konstruktivis maupun eksistensial yang akan mempengaruhi variabel *Destination Loyalty* melalui keterlibatan selebriti. Data yang diperoleh dari 159 wisatawan nusantara menunjukkan bahwa *Authenticity* konstruktivis memiliki pengaruh pada *Existential Authenticity* dan kedua *Authenticity* tersebut tidak memiliki pengaruh langsung pada loyalitas destinasi. Keterlibatan selebriti memediasi pengaruh *Constructivist Authenticity* maupun eksistensial pada *Destination Loyalty*. Maka dari itu, keterlibatan selebriti merupakan mediator krusial antara *Authenticity* dan pemilihan destinasi wisata perfilman.

Kata Kunci : *Film-induced tourism, authenticity, celebrity attachment, destination loyalty.*