

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
REVISIT INTENTION
DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Strata – 1
Program Studi Industri Perjalanan Wisata
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun oleh :

SANDRA NISRINA APRILIA

201621153

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**

2020

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
REVISIT INTENTION DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH**

NAMA : SANDRA NISRINA APRILIA
NIM : 201621153
PROGRAM STUDI : INDUSTRI PERJALANAN WISATA
JURUSAN : PERJALANAN

Pembimbing I,



Faisal, MM.Par., CHE.

NIP. 19730706 199503 1 001

Pembimbing II,



Rr. Adi Hendraningrum, S.Sos., M.M.

NIP. 19690807 199403 2 001

Bandung, September 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc

NIP.19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Faisal, MM.Par., CHE.

NIP. 19730706 199503 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Sandra Nisrina Aprilia
Tempat/Tanggal Lahir : Depok, 16 April 1998
NIM : 201621153
Program Studi : Industri Perjalanan Wisata
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:
“PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH”
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, September 2020

Yang membuat pernyataan,


Sandra Nisrina Aprilia
NIM. 201621153

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berlokasi di Taman Mini Indonesia Indah.

Laporan skripsi ini diajukan dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh studi pada Program Studi Strata-1, Studi Industri Perjalanan Wisata di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung, dengan judul **“PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH”**.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung dan Dosen Pembimbing 1;
2. Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (ADAK), Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc;
3. Ibu Endang Komesty Sinaga, MM.Par., CHE., selaku Ketua Jurusan Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung;
4. Bapak Singgih T Wibowo, MP.Par., selaku Ketua Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung;
5. Ibu Rr. Adi Hendraningrum, S.Sos., M.M., selaku Dosen Pembimbing ke 2 dalam penelitian ini;
6. Dosen-dosen Studi Industri Perjalanan Wisata yang telah membantu dalam penyusunan laporan penelitian ini,
7. Kepada pihak manajemen Taman Mini Indonesia Indah yang senantiasa menerima dan membantu saya dalam melakukan penelitian;
8. Kepada keluarga besar yang telah memanjatkan doa, memotivasi, dan membantu melewati proses pembuatan laporan penelitian ini,
9. Kepada rekan-rekan Studi Industri Perjalanan Wisata 2016 yang sudah memberikan dukungan semangat serta motivasi dalam penyusunan laporan penelitian ini,

10. Kepada rekan-rekan seperjuangan skripsi Amelia, Febby, Jessica, Vienti, Wiliyanda, dan Dio yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyusunan laporan ini,
11. Kepada sahabat Chika dan Sicil yang sudah memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan laporan ini,
12. Pihak-pihak terkait yang telah membantu dalam penyusunan laporan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan penelitian ini masih membutuhkan masukan baik substansi dan teknis penulisan yang jauh dari kesempurnaan. Saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dari semua pihak.

Bandung, September 2020

Penulis

ABSTRAK

Taman Mini Indonesia Indah merupakan salah satu tempat wisata yang bertema budaya yang terletak di DKI Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan bauran promosi dalam kaitan *revisit intention* di Taman Mini Indonesia Indah. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengungkap apakah terdapat pengaruh mengenai bauran promosi terhadap *revisit intention*. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan asosiatif atau kausalitas. Populasi dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang berkunjung ke Taman Mini Indonesia Indah. Teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner dan wawancara, dengan menggunakan alat kumpul data berupa kuesioner *online* dan pedoman wawancara. Data temuan diperoleh dari 100 responden yang dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara demografis mayoritas wisatawan adalah perempuan dengan rentang usia 17-25 tahun, pendidikan terakhir SMA, daerah asal DKI Jakarta, pekerjaan pelajar/mahasiswa, serta frekuensi kunjungan ke TMII lebih dari 5 kali. Pada variabel bauran promosi persentase tertinggi diperoleh dimensi komunikasi pemasaran digital. Sedangkan variabel *revisit intention* persentase tertinggi diperoleh dimensi *willingness to recommend*. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel bauran promosi terhadap variabel *revisit intention* di Taman Mini Indonesia Indah sebesar 26,7%. Perlu adanya peningkatan promosi yang ada di Taman Mini Indonesia Indah untuk meningkatkan *revisit intention* atau minat berkunjung kembali.

Kata kunci : Bauran Promosi, *Revisit Intention*, Taman Mini Indonesia Indah

ABSTRACT

Taman Mini Indonesia Indah is one of the cultural themed tourist attractions in DKI Jakarta. This study aims to determine the application of promotion mix, revisit intention at Taman Mini Indonesia Indah. In addition, this study aims to reveal whether there is an influence promotion mix of revisit intention. The research method used is quantitative descriptive and associative or causality. The population in this study are tourists visiting at Taman Mini Indonesia Indah. Data collecting techniques used is questionnaires distribution and interview. By using a data collection tool in the form an online questionnaire and interview guidelines. The data were obtained from 100 respondents analyze used linear regression analysis techniques.

Results of this research show that the majority of tourist are women with a range of age 17-25, last education is senior high school, DKI Jakarta origin, work as student and frequency visits to TMII more than 5 times. The highest percentage on promotion mix is digital marketing communication. While, in revisit intention the dimension with highest percentage is willingness to recommend. Based on the result of simple linear regression test revealed there is an influence promotion mix and revisit intention at Taman Mini Indonesia Indah of 26,7%. There needs to increase promotions in Taman Mini Indonesia Indah to increase revisit intention.

Keywords : Promotion Mix, Revisit Intention, Taman Mini Indonesia Indah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN MAHASISWA	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Keterbatasan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori	9
1. Definisi Bauran Promosi.....	9
2. Dimensi Bauran Promosi	9
3. <i>Revisit Intention</i>	14
4. Hubungan Bauran Promosi terhadap <i>Revisit Intention</i>	15
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Pemikiran.....	20
D. Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Desain Penelitian	22
B. Obyek Penelitian.....	23
C. Populasi dan Sampel.....	23
1. Populasi.....	23
2. Sampel	24
D. Metode Pengumpulan Data.....	25

1. Teknik Pengumpulan Data.....	25
2. Alat Pengumpulan Data	26
3. Uji Validitas dan Reliabilitas	27
E. Definisi Operasional Variabel.....	31
F. Analisis Data.....	36
1. Statistik Deskriptif	36
2. Analisis Uji Asumsi Klasik	36
3. Uji Hipotesis (Uji <i>f</i>)	37
4. Analisis Regresi Linear Sederhana	37
5. Koefisien Determinasi	38
G. Jadwal Penelitian	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Analisis Karakteristik Responden.....	40
B. Analisis Bauran Promosi di Taman Mini Indonesia Indah	45
C. Analisis <i>Revisit Intention</i> di Taman Mini Indonesia Indah	59
D. Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap <i>Revisit Intention</i> di Taman Mini Indonesia Indah	65
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	71
A. Simpulan	71
B. Implikasi	72
C. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Penelitian	20
Gambar 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Gambar 3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	41
Gambar 4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Gambar 5 Profil Responden Berdasarkan Asal Kota.....	42
Gambar 6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	43
Gambar 7 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Gambar 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Kunjungan Wisatawan Taman Mini Indonesia Indah Tahun 2017 – 2019.....	4
Tabel 2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3 Skala Likert Pada Pernyataan Tertutup Bauran Promosi.....	27
Tabel 4 Skala Likert Pada Pernyataan Tertutup <i>Revisit Intention</i>	27
Tabel 5 Matriks Operasional Variabel (MOV).....	29
Tabel 6 Hasil Uji Validitas.....	31
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 8 Jadwal Penelitian.....	39
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Periklanan (X1)	45
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan (X2)	47
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap <i>Merchandising</i> (X3)	48
Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap Penjualan Langsung (X4).....	50
Tabel 13 Tanggapan Responden Terhadap <i>Event/Sponsorship</i> (X5)	51
Tabel 14 Tanggapan Responden Terhadap Komunikasi Pemasaran Digital (X6) 53	
Tabel 15 Rekapitulasi Penilaian Bauran Promosi.....	55
Tabel 16 Rekapitulasi Bauran Promosi di TMII.....	57
Tabel 17 Tanggapan Responden Terhadap <i>Intention To Revisit</i> (Y).....	59
Tabel 18 Tanggapan Responden Terhadap <i>Willingness To Recommend</i> (Y).....	61
Tabel 19 Rekapitulasi Penilaian <i>Revisit Intention</i>	62
Tabel 20 Rekapitulasi <i>Revisit Intention</i> di TMII.....	64
Tabel 21 Uji Normalitas.....	65
Tabel 22 Uji Linearitas.....	66
Tabel 23 Uji Hipotesis	68
Tabel 24 Uji Regresi Linear Sederhana	69
Tabel 25 Koefisien Determinasi	70

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Kuesioner
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara
- Lampiran 4 Hasil Wawancara
- Lampiran 5 Hasil Turnitin
- Lampiran 6 Formulir Bimbingan
- Lampiran 7 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8 Surat Telah Selesai Melakukan Penelitian
- Lampiran 9 Biodata Penulis

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2016). Penggunaan Media Twitter dan Minat Berwisata. *Jurnal Komnas*, 7-8.
- Antczak, A., & Sypniewska, B. A. (2017). *Cross-Cultural Personal Selling*. Palgrave Macmillan.
- Bachtiar, M. L. (2016). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunungkidul (Studi Pada Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). 45.
- Badan Pusat Statistik Povinsi DKI Jakarta. (2020, February). Retrieved March 16, 2020, from BPS-Statistics of DKI Jakarta Province: <https://jakarta.bps.go.id/dynamictable/2020/02/19/390/8-6-jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-obyek-wisata-unggulan-menurut-lokasi-di-dki-jakarta-2014-2018-kunjungan>
- Basuki, R. N. (2015). Factors Decision To Visit A Mosque Jami' Air Tiris Kampar Regent Riau Province . 2.
- Chandralal, L., & Valenzuela, F.-R. (2015). Memorable Tourism Experiences: Scale Development. *Contemporary Management Research*, Vol. 11, No. 3, 291-310.
- Dhankhar, D., & Singh, L. (2014). An Analysis Of Tourist Satisfaction And Desitnation Loyalty: A Study Of Sri Krishna Museum In Kurushetra. *Journal of Kashmir for Tourism and Catering Technology Vol. 1, No. 2*, 1-9.
- Fauziah, R., Ratnamulyani, I., & Kusumadinata, A. (2018). Efektivitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial. *Jurnal Komunikatio*, 29.
- Ghazali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. (2013). *Marketing for Hospitality and Tourism*. USA: Pearson Education Limited.
- Leman, N. T. (2017). *Pengaruh Experiential Quality terhadap Revisit Intention Wisatawan Museum Barli di Bandung*. Bandung: Skripsi Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Lin, C.-H. (2012). Effects of Cuisine Experience, Psychological Well-Being, and Self-Health Perception on The Revisit Intention of Hot Springs Tourists. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 246-247.
- Lubbe, B. (2003). *Tourism Management in Southern Africa*. Cape: Maskew Miller Longman (Pty).

- Makalew, A., Mananeke, L., & Lintong, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat Kunjung Ulang) Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Batu Angus Di Bitung. *Jurnal EMBA*, 2631 – 2640.
- Masa'deh, R., Alananzeh, O., Tarhini, A., & Algudah, O. (2018). The effect of promotional mix on hotel performance during the political crisis in the Middle East. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 33-49.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, 197.
- Octaviany, V., & Utami, D. D. (2017). Revisit Intention Wisatawan di Taman Tematik Kota Bandung. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 42-43.
- Rahman, Suryawardani, I. G., & Wiranatha, A. S. (2019). The Influence of Services' Quality on Intention to Revisit through Mediation of Satisfaction of Visitors at Sasak Sade Village, Central Lombok, West Nusa Tenggara. *E-Journal of Tourism*, 325.
- Rambe, O. I. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wonders Water World Waterpark CBD Polonia Medan. 25-27.
- Robustin, T. P., Sularso, R. A., Suroso, I., & Yulisetiari, D. (2018). The Contribution of Tourist Attraction, Accessibility, and Amenities in Creating Tourist Loyalty in Indonesia. *Journal of Business and Economics Review*, 93-97.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Som, A. P., & Marzuki, A. (2012). Factors Influencing Visitors Revisit Behavioral Intentions A Case Study of Sabah Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 39-41.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Taman Mini Indonesia Indah. (2016). Retrieved February 27, 2020, from Taman Mini "Indonesia Indah": <http://www.tamanmini.com>
- Traveloka Blog. (2020, January 25). Retrieved June 5, 2020, from Wanita Lebih Suka Traveling Ketimbang Pria: <https://www.traveloka.com/id-id/explore/tips/wanita-lebih-suka-traveling-ketimbang-pria/19271>
- UNWTO. (2019). *Asia Tourism Trends – 2019 Edition*. UNWTO.
- Wardah, Z., Topowijono, & Endang, M. G. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Taman Safari Ii Prigen Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 24-25.
- Wibowo, L. A., & Yuniawati, Y. (2007). The Influence of Tourist Product Attribute and Trust to Tourist Satisfaction and Loyalty : A Study of Mini Vacation in Bandung. 18-19.



LAMPIRAN LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Studi Industri Perjalanan
Jl. Setiabudi No. 186, Kota Bandung
Jawa Barat

Salam Pesona Indonesia !

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i,

Saya mahasiswi program Studi Industri Perjalanan Wisata, Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung sedang melakukan penelitian untuk skripsi dengan judul **"Pengaruh Bauran Promosi terhadap *Revisit Intention* di Taman Mini Indonesia Indah"**.

Saya memohon kesedian Bapak/Ibu/Saudara/i kiranya dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner pra penelitian ini. Atas bantuan, kesediaan waktu dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih banyak.

(Sandra Nisrina Aprilia)

Berilah tanda () pada kolom pertanyaan yang telah tersedia.

I. Profil Wisatawan

- | | |
|--|---|
| <p>1. Apakah anda pernah berkunjung ke Taman Mini Indonesia Indah?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ya <input type="radio"/> Tidak | <p>5. Asal Kota</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> DKI Jakarta <input type="radio"/> Bandung <input type="radio"/> Bogor <input type="radio"/> Yogyakarta <input type="radio"/> Lainnya_____ |
| <p>2. Jenis Kelamin</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Laki-laki <input type="radio"/> Perempuan | <p>6. Sudah berapa kali anda berkunjung ke Taman Mini Indonesia Indah?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> 1 kali <input type="radio"/> 2 kali <input type="radio"/> 3 kali <input type="radio"/> 4 kali <input type="radio"/> >5 kali |
| <p>3. Usia</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> 17–25 tahun <input type="radio"/> 26–35 tahun <input type="radio"/> 36–45 tahun <input type="radio"/> 46–55 tahun <input type="radio"/> > 56 tahun | <p>7. Pekerjaan</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Pelajar/Mahasiswa <input type="radio"/> Wiraswasta <input type="radio"/> Karyawan Swasta <input type="radio"/> PNS <input type="radio"/> Lainnya_____ |
| <p>4. Pendidikan Terakhir</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> SMP <input type="radio"/> SMA <input type="radio"/> Diploma <input type="radio"/> Strata-1 <input type="radio"/> Lainnya_____ | |