

**PENGARUH CITY BRANDING “SHINING
BATU” TERHADAP CITY IMAGE DAN
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE
KOTA BATU TAHUN 2014**

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

LITA AYU WANDARI

105030201111119



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
MALANG
2014**

MOTTO

*Always be yourself and never be anyone else
even if they look better than you*

*Do your best at any moment that you
have😊*



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *City Branding* “*Shining Batu*” terhadap *City Image*
dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Batu Tahun
2014

Disusun oleh : Lita Ayu Wandari

NIM : 105030201111119

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Malang, Juli 2014

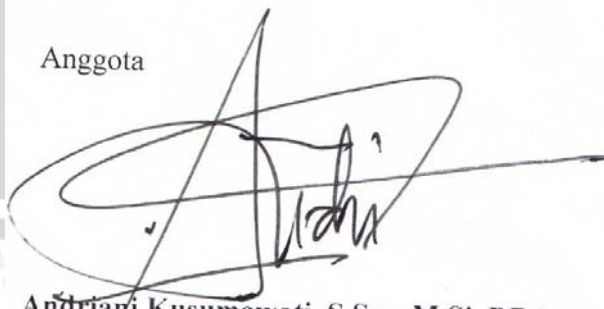
Komisi Pembimbing

Ketua



Dr. Srikandi Kumadji, M.S
NIP. 19611110 198601 2 002

Anggota



Andriani Kusumawati, S.Sos, M.Si, DBA
NIP. 19760414 200212 2 002

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada :

Hari : Senin
Tanggal : 21 Juni 2014
Jam : 09.00
Skripsi atas nama : Lita Ayu Wandari
Judul : Pengaruh *City Branding* “*Shining Batu*” terhadap *City Image* dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Batu Tahun 2014

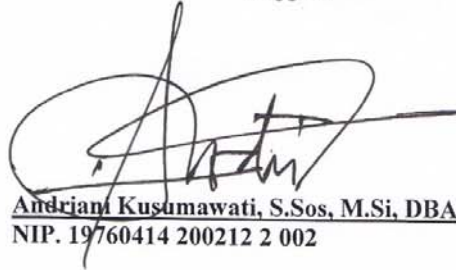
LULUS**MAJELIS PENGUJI**

Ketua



Dr. Srikandi Kumadji, M.S
NIP. 19611110 198601 2 002

Anggota



Andriani Kusumawati, S.Sos, M.Si, DBA
NIP. 19760414 200212 2 002

Anggota



Prof. Dr. Suharyono, M.A
NIP. 19450101 197303 1 001

Anggota

Sunarti, S.Sos, MAB
NIP. 19740717 199802 2 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan suatu gelar atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh dibatalkan serta diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 23 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 18 Juli 2014



Lita Ayu Wandari
NIM.105030201111119

RINGKASAN

Lita Ayu Wandari, 2014, **Pengaruh City Branding “Shining Batu” terhadap City Image dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Batu Tahun 2014**, Dr. Srikandi Kumadji, M.S dan Andriani Kusumawati, S.Sos, M.Si, DBA

Tujuan dari penelitian ini adalah 1).Menjelaskan pengaruh *City Branding* terhadap *City Image*, 2).Menjelaskan pengaruh *City Branding* terhadap Keputusan Berkunjung, 3). Menjelaskan pengaruh *City Image* terhadap Keputusan Berkunjung.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*.Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi Kota Batu. Sampel menggunakan rumus Machin dan Champbell sebesar 102 orang responden. Teknik *sampling* menggunakan *Simple Random Sampling*. Metode pengumpulan data, sumber data dan instrumen pada penelitian ini adalah kuesioner. Analisis data menggunakan Analisis Deskriptif dan Analisis *Path*.

Hasil penelitian ini mengetahui bahwa variable *city branding* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap *city image* (Y_1). Variabel *city branding* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y_2).Variabel *city image* (Y_1) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y_2).

Dengan demikian, pemerintah Kota Batu hendaknya lebih meningkatkan lagi promosi mengenai *tagline* Kota Batu “*Shining Batu*” agar lebih dikenal luas oleh masyarakat lokal maupun masyarakat di luar Kota Batu. Selain itu, sebaiknya pemerintah Kota Batu lebih meningkatkan citra kota yang positif agar tercipta image yang positif di benak masyarakat.

SUMMARY

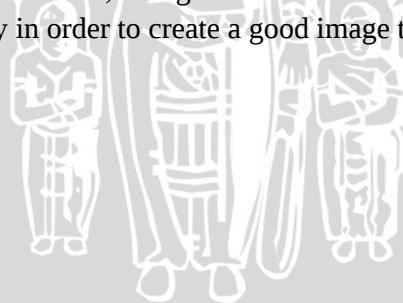
Lita Ayu Wandari, 2014, **“The Influence of City Branding “Shining Batu” on City Image and Decision of Tourists to Visit the Batu City On 2014”**, Dr. Srikandi Kumadji, M.S and Andriani Kusumawati, S.Sos, M.Si, DBA

The purposes of this study are to investigate :1). the influence of city branding on city image, 2). The influence of city branding on decision to visit, 3). the influence of city image on decision to visit.

This type of research is explanatory research. The population in this study is the tourists who visit Batu city. Samples using the Machin and Champbell formula of 102 respondents. Simple random sampling is used as a sampling method. Data collection methods and instruments in this research was conducted by questionnaire. Analysis of the data in this research conducted by descriptive and path analysis.

The results of this research study show that city branding (X) has significant influence on city image (Y_1). City branding (X) has significant influence on the decision to visit (Y_2). City image (Y_1) has influence on decision to visit (Y_2) but not significant.

Thus, the government of Batu City should further enhance the promotion "Shining Batu" to be more widely known by the local people and communities outside the Batu City. In addition, the government should further improve the positive image of Batu City in order to create a good image to the public.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin, ucapan hamdallah dan sujud syukur yang peneliti lakukan kepada ALLAH SWT. ALLAH SWT telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian dengan judul “Pengaruh *City Branding* “*Shining Batu*” terhadap *City Image* dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Batu Tahun 2014 dapat diselesaikan dengan baik.

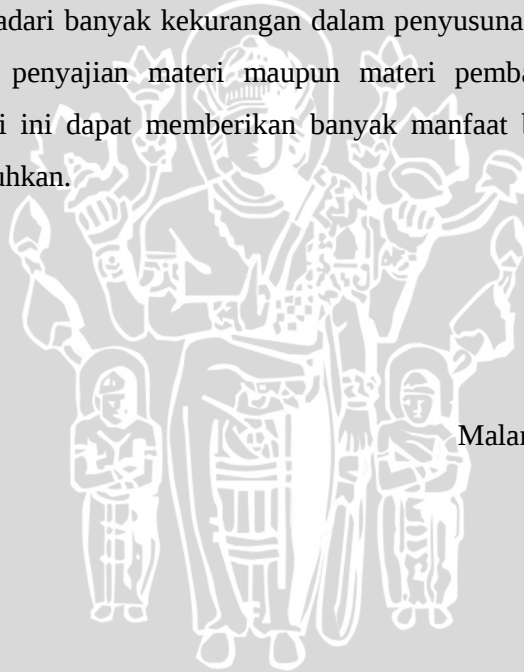
Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis (S.AB) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi tidak akan terwujud tanpa adanya dorongan dan bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu peneliti menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Supriyono, M.S. selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Dr. Wilopo selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Dr. Srikandi Kumadji, M.S. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, tenaga dan kasih sayang berupa perhatian, arahan dan bimbingan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Andriani Kusumawati, S.Sos, M.Si, DBA selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan *support*, tenaga serta kasih sayang kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Para Dosen Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan.

7. Orang Tuaku tercinta yang begitu tulus memberi semangat, dorongan dan doa yang tiada henti sampai terselesainya skripsi ini.
8. Teman – teman FIA bisnis angkatan 2010 yang peneliti cintai dan banggakan.
9. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan berupa umur yang barokah, rejeki yang barokah, kemudahan serta kesehatan jasmani maupun rohani oleh ALLAH SWT. Peneliti menyadari banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik dalam teknik penyajian materi maupun materi pembahasan. Harapan penulis skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.



Malang, Juni 2014

Lita Ayu Wandari

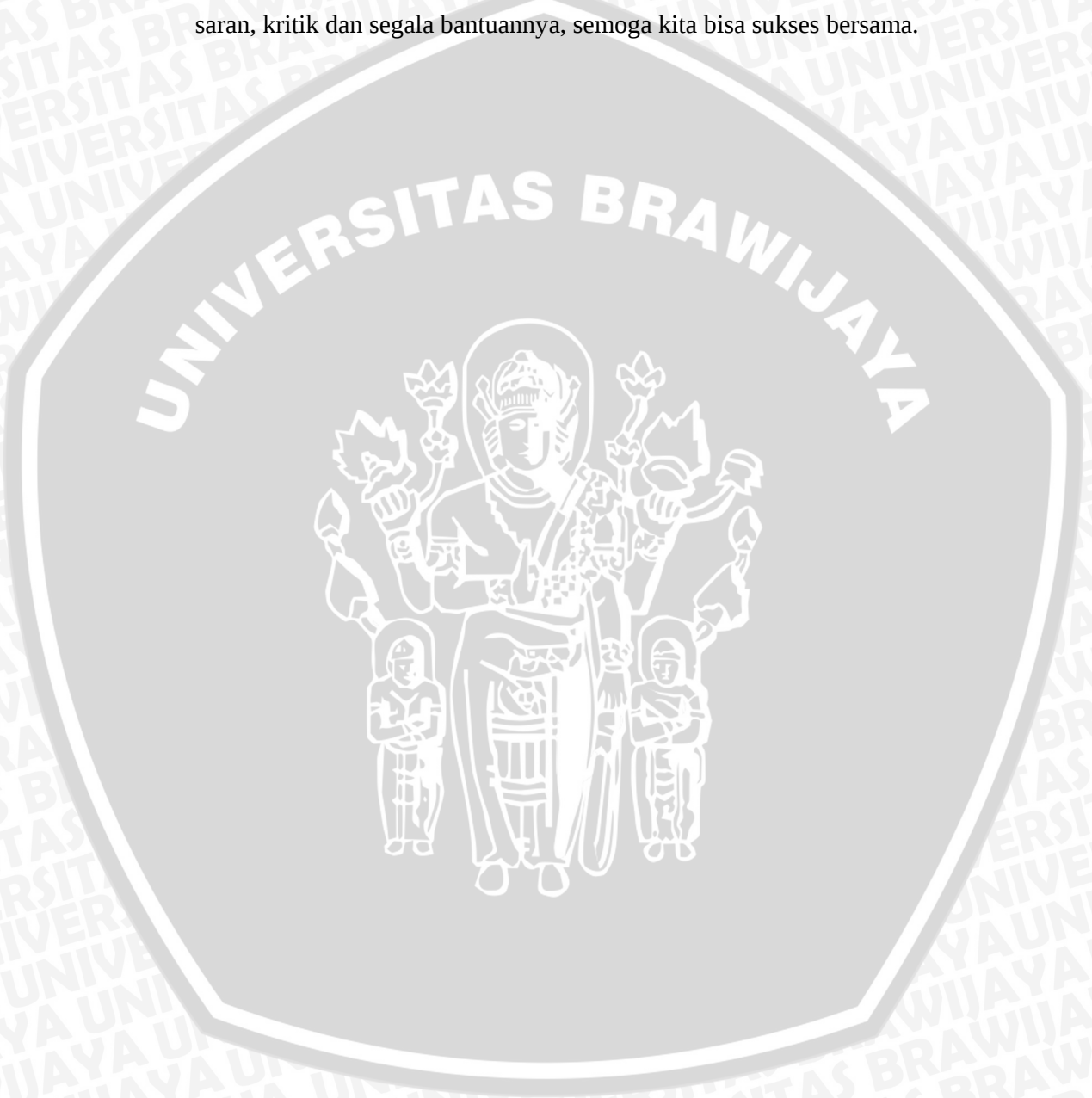
LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamin, ucapan hamdallah dan sujud syukur yang peneliti lakukan kepada ALLAH SWT. ALLAH SWT telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *City Branding* “*Shining Batu*” terhadap *City Image* dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Batu Tahun 2014. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad Rasulullah SAW. Lembar persembahan ini peneliti tujukan kepada :

1. Kedua orang tua, ayah dan ibu yang selalu memberikan semangat, motivasi, serta doa yang tak terhingga. Terima kasih atas segala bentuk *support* yang membuat peneliti termotivasi untuk segera menyelesaikan penelitian ini. Segala bentuk kesuksesan yang aku raih ku persembahkan untuk kalian ☺
2. Kepada Dosen Pembimbing Ibu Srikandi Kumadji dan Ibu Andriani Kusumawati, terimakasih telah menjadi pembimbing yang keren sekaligus teman curhat, bukan hanya sekedar pembimbing melainkan orang tua pengganti bagi kita semua anak bimbingan.
3. Kepada kedua kakak ku dan kedua ponakan yang selalu membuat suasana ceria dalam rumah, Poppy dan Ghea, kalian malaikat kecil ku.
4. Kepada sahabat terbaik, Taufik Bayu Mulyono, terimakasih telah menjadi teman hidup yang sangat berarti dan selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti.
5. Kepada sahabat kecil, Inda Irdjani dan Euginia Natalia, kalian teman terbaik yang selalu ada. Karina Fauziah, Reni Widyasari, Stefani Agrestin, terimakasih telah menghadirkan pertemanan yang menyenangkan, kalian terbaik. Dan Teman-teman *basecamp* “Kos Bapak Suripto”, terimakasih telah memberikan tumpangan kos dan

wifi selama proses pengerjaan skripsi. Kelak kita semua pasti akan sukses bersama ^^.

6. Teman-teman senasib, anggota FBK 2010, terimakasih untuk segala saran, kritik dan segala bantuannya, semoga kita bisa sukses bersama.



DAFTAR ISI

MOTTO	ii
TANDA PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kontribusi Penelitian.....	5
E. Sistematika Pembahasan.....	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. <i>City Branding</i>	17
1. Pengertian <i>City Branding</i>	17
2. Kriteria-kriteria <i>City Branding</i>	18
3. Manfaat <i>City Branding</i>	20
4. <i>City Brading</i> Hexagon.....	20
C. <i>City Image</i>	22
1. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	22
2. <i>City Image</i> (Citra Kota) dan elemen-elemen pembentuknya.....	24
D. Keputusan Berkunjung	26
1. Model Keputusan Pembelian/Keputusan Berkunjung	26
2. Proses Keputusan Pembelian	28

3. Struktur Keputusan Pembelian/Keputusan Berkunjung	29
E. Hubungan Antar Variabel	29
1. Hubungan <i>City Branding</i> dengan <i>City Image</i>	30
2. Hubungan <i>City Branding</i> dengan Keputusan Berkunjung.....	30
3. Hubungan <i>City Image</i> dengan Keputusan Berkunjung.....	30
F. Perumusan Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran.....	33
1. Variabel	33
2. Definisi Operasional.....	34
3. Skala Pengukuran.....	42
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	43
1. Populasi	43
2. Sampel.....	43
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
1. Sumber Data.....	45
2. Metode Pengumpulan Data	46
3. Instrumen Penelitian.....	46
4. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
5. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	55
1. Profil Kota Batu	51
2. Visi dan Misi Kota Batu.....	56
3. Makna dan Lambang Kota Batu	58
4. Kondisi Geografis Kota Batu	60
B. Gambaran Umum Responden	61
1. Jenis Kelamin.....	62

2. Daerah Asal.....	62
3. Pekerjaan	64
4. Jenjang Pendidikan	65
5. Pengetahuan Mengenai <i>City Branding</i> Kota Batu	66
6. Frekuensi Mengunjungi Kota Batu	66
7. Tempat Wisata Favorit.....	67
8. Pengetahuan Mengenai Kota Batu	68
9. Alasan Mengunjungi Kota Batu	69
C. Analisis Deskriptif Variabel.....	70
1. <i>City Branding</i>	70
2. <i>City Image</i>	84
3. Keputusan Berkunjung	89
D. Pengujian Analisis Jalur <i>Path</i>	93
1. Pengujian Koefisien Jalur <i>City Branding</i> (X) terhadap <i>City Image</i> (Y ₁)... ..	95
2. Pengujian Koefisien Jalur <i>City Branding</i> (X) terhadap Keputusan Berkunjung (Y ₂)	95
3. Pengujian Koefisien Jalur <i>City Image</i> (Y ₁) terhadap Keputusan Berkunjung (Y ₂).....	96
4. Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total	96
5. Hubungan Antar Jalur	97
6. Ketetapan Model	98
E. Pembahasan.....	98
1. Pengaruh <i>City Branding</i> terhadap <i>City Image</i>	98
2. Pengaruh <i>City Branding</i> terhadap Keputusan Berkunjung	100
3. Pengaruh <i>City Image</i> terhadap Keputusan Berkunjung	103
BAB V PENUTUP	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	107

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	13
2.	Variabel, Indikator dan <i>Item</i>	40
3.	Kriteria dan Skor Penilaian untuk Pengukuran Jawaban Responden	42
4.	Rekapitulasi Uji Validitas	48
5.	Luas Wilayah Kota Batu	55
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	62
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	64
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	65
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai <i>City Branding</i> Kota Batu.....	66
11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Kota Batu	66
12.	Tempat Wisata Favorit.....	67
13.	Pengetahuan Mengenai Kota Batu	68
14.	Alasan Mengunjungi Kota Batu.....	69
15.	Tanggapan Responden terhadap <i>City Branding</i>	71
16.	Tanggapan Responden terhadap <i>City Image</i>	84
17.	Tanggapan Responden terhadap Keputusan Berkunjung	89
18.	Hasil Uji Koefisien Jalur	94

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	<i>City Branding</i> Hexagon	20
2.	Model Hipotesis	31
3.	Diagram Jalur Variabel <i>City Branding</i> , <i>City Image</i> dan Keputusan Berkunjung	54
4.	Logo Kota Batu	58
5.	Kerangka Hubungan Antar Jalur	94
6.	Hasil Analisis Jalur	97



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuesioner.....	110
2.	Tabulasi Identitas Responden.....	115
3.	Tabulasi Jawaban Responden.....	124
4.	Uji Validitas dan Reliabilitas	132
5.	Frekuensi Identitas Responden.....	141
6.	Frekuensi Jawaban Responden.....	147
7.	Hasil Analisis <i>Path</i>	161

