

**PENGARUH CITRA DESTINASI DAN FASILITAS WISATA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA WISATA TALANG INDAH PAJARISUK
KABUPATEN PRINGSEWU TAHUN 2018**

**Oleh
Eety Puspitasari**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA EKONOMI
Pada
Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MUHAMMADIYAH
PRINGSEWU LAMPUNG
TAHUN 2019**

ABSTRAK

Eety Puspitasari, Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Wisata Talang Indah Pajarisuk Kabupaten Pringsewu Tahun 2018 (Di bawah bimbingan Bapak Sapto Yuwono, S.Pd., M.M., Sebagai Pembimbing I dan Bapak Arifin, S.Sos., M.M., Sebagai Pembimbing II). xiii + 60 halaman + 14 tabel + 1 Gambar dan 8 lampiran.

Loyalitas konsumen merupakan komitmen pelanggan yang bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang, bermaksud menyebarkan informasi yang positif ke orang lain. Dalam kaitannya dengan destinasi wisata dan fasilitas wisata, loyalitas pengunjung tetap menjadi peran penting dari suksesnya pengembangan destinasi. Kepuasan wisatawan mendorong wisatawan untuk loyal terhadap destinasi wisata dengan melakukan kunjungan kembali dan bersedia untuk merekomendasikan destinasi wisata kepada orang lain.

Masalah dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen di taman wisata Talang Indah Pajarisuk kabupaten Pringsewu mengalami penurunan. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah citra destinasi dan fasilitas wisata secara parsial dan simultan mempengaruhi loyalitas konsumen pada wisata talang indah Pajarisuk Kabupaten Pringsewu tahun 2018. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui citra destinasi dan fasilitas wisata secara parsial dan simultan mempengaruhi loyalitas konsumen pada wisata talang indah Pajarisuk Kabupaten Pringsewu tahun 2018.

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 pengunjung pada talang indah pajarisuk. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, dengan uji hipotesis menggunakan uji-t dan uji-F.

Berdasarkan analisis data didapat hasil nilai t-hitung citra destinasi $5.079 >$ nilai t-tabel 1.701 , dapat diartikan bahwa ada pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas konsumen. Nilai t-hitung Fasilitas wisata $1.823 >$ nilai t-tabel 1.701 , dapat diartikan bahwa ada pengaruh fasilitas wisata terhadap loyalitas konsumen. Nilai $F_{hitung} 41.706 > F_{tabel} 3.34$, berarti terdapat pengaruh citra destinasi dan Fasilitas wisata secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Nilai koefisien determinasi sebesar 75.5% , dapat diartikan bahwa loyalitas konsumen dipengaruhi sebesar 75.5% oleh citra destinasi dan fasilitas wisata dan sisanya sebesar 24.5% dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian.

ABSTRACT

EETY PUSPITASARI, The Influence of Destination Image and Tourism Facilities toward Consumer Loyalty in Talang Indah Tourism at Pajarisuk, Pringsewu Regency in 2018 (Under the guidance of Mr. Sapto Yuwono, S.Pd., MM, As Advisor I and Mr. Arifin, S. Sos., MM, As co Advisor). xiii + 60 pages + 14 tables + 1 Picture and 8 attachments.

Consumer loyalty is a commitment of customers who persevere deeply to re-subscribe or re-select consistently to buy in the future, intending to spread positive information to others. In relation to tourist destinations and tourist facilities, visitor loyalty remains an important role of successful destination development. Tourist satisfaction encourages tourists to be loyal to tourist destinations by making a return visit and is willing to recommend tourist destinations to others.

The problem in this research is that consumer loyalty in the Talang Indah Pajarisuk tourism park has decreased. The formulation of the problem of this research is whether the Influence of image of destinations and tourist facilities partially and simultaneously influences consumer loyalty in beautiful talang tourism in Pajarisuk, Pringsewu Regency in 2018. The purpose of this study is to find out the Influence of image of destinations and tourist facilities partially and simultaneously toward consumer loyalty in Talang tourism Pajarisuk Pringsewu Regency in 2018.

In this research used quantitative descriptive methods. Data collection methods used are observation, documentation, and questionnaires. The sample in this research were 30 visitors to the Talang Pajarisuk. Analysis of the data used in this research is multiple linear regression, with hypothesis testing using t-test and F-test.

Based on the analysis of the data obtained the results of the t-value of the destination image of $5.079 >$ t-table value of 1.701, it can be interpreted that there is an influence of destination image toward consumer loyalty. Value of t-count Tourism facilities $1,823 >$ value of t-table 1,701, it can be interpreted that there is an influence of tourism facilities toward consumer loyalty. The value of Fcount $41.706 >$ F table 3.34, means that there is an influence of the image of the destination and tourism facilities simultaneously toward consumer loyalty. The coefficient of determination of 75.5%, can be interpreted that consumer loyalty is influenced by 75.5% by the image of destinations and tourist facilities and the remaining 24.5% is explained or influenced by other factors outside the research variable.

Judul Skripsi : PENGARUH CITRA DESTINASI DAN FASILITAS
WISATA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA WISATA TALANG INDAH PAJARISUK
KABUPATEN PRINGSEWU TAHUN 2018

Nama Mahasiswa : Eety Puspitasari

No. Pokok Mahasiswa : 15010047

Jurusan : Manajemen

Program studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

MENYETUJUI
1. Komisi Pembimbing

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Sapto Yuwono, S.Pd., M.M.
NBM. 672194

Arifin, S.Sos., M.M.
NIDN. 02023087201

2. Ketua Program Studi Manajemen

Atmi Saptarini, S.E., M.M.
NIDN. 0211097301

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Sapto Yuwono, S.Pd., M.M.

Sekretaris : Arifin, S.Sos., M.M.

Anggota : Atmi Saptarini, S.E., M.M.

Dewi Mariam Widiniarsih, S.E., M.M.

2. Ketua STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung

Sapto Yuwono, S.Pd., M.M.
NBM. 672194

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 22 Agustus 2019

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta Ibunda Siti Nurhayati dan Ayahanda Triono yang selalu mendo'akan serta mendukung untuk keberhasilanku.
2. Kakakku Eka Saraswati dan Hendra Gunawan yang turut memberikan motivasi dalam studiku.
3. Almamater STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

MOTTO

"Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah dilaksanakan/diperbuatnya"

(Ali Bin Abi Thalib)

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Desa Bumiarum Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu, pada tanggal `6 Juli 1997, penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara pasangan Bapak Triono dan Ibu Siti Nurhayati.

A. Riwayat Pendidikan

Pendidikan yang pernah penulis tempuh adalah:

1. SD Negeri 4 Rejosari tamat Tahun 2009,
2. SMP Muhammadiyah 01 Pringsewu, tamat Tahun 2012,
3. SMK KH. Ghalib Pringsewu, tamat Tahun 2015,
4. Kuliah di STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung, Jurusan Manajemen masuk tahun 2015.

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Wisata Talang Indah Pajarisuk Kabupaten Pringsewu Tahun 2018”. Penulis tertarik meneliti variabel pariwisata, didasarkan pada hasil prapenelitian didapatkan bahwa wisata Talang Indah mengalami penurunan pengunjung.

Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak menerima masukan dan saran yang berguna, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Sapto Yuwono, S.Pd., M.M., selaku Ketua STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung, dan selaku Pembimbing I yang telah memberikan petunjuk dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Atmi Saptarini, S.E. M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
3. Arifin, S.Sos., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap staf karyawan STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Pimpinan Wisata Talang Fajaresuk Pringsewu yang telah bersedia memberikan tempat dan waktu kepada penulis.

6. Rekan-rekan Mahasiswa STIE Muhammadiyah Pringsewu yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi masih banyak kekurangan baik isi maupun bentuknya. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan guna perbaikan penulisan di masa datang.

Semoga semua amal baik Bapak, Ibu dan Saudara dibalas Allah SWT dengan pahala yang setimpal. Penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Pringsewu, Agustus 2019
Penyusun,

Eety Puspitasari

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN ABSTRAK | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN PESEMBAHAN | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| HALAMAN RIWAYAT HIDUP | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 4 |
| C. Ruang Lingkup Penelitian | 5 |
| D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 5 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS | |
| A. Loyalitas Konsumen..... | 7 |
| 1. Pengertian Loyalitas Konsumen..... | 7 |
| 2. Keuntungan Konsumen Yang Loyal | 8 |
| 3. Strategi Meningkatkan dan Mempertahankan Loyalitas konsumen | 9 |
| 4. Indikator loyalitas konsumen | 11 |
| B. Citra Destinasi | 12 |
| 1. Pengertian Citra Destinasi | 12 |
| 2. Pembentuk Citra Destinasi | 13 |
| 3. Dimensi Citra Destinasi | 14 |
| 4. Destinasi Pariwisata | 15 |
| 5. Indikator Citra Destinasi | 16 |
| C. Fasilitas Wisata..... | 16 |
| 1. Pengertian Pariwisata | 16 |
| 2. Ciri-Ciri Pariwisata | 17 |
| 3. Pengertian Fasilitas | 18 |
| 4. Pengertian Fasilitas Wisata | 18 |

| | | |
|--------------------------|---|----|
| | 5. Indikator fasilitas | 19 |
| | D. Kerangka Pikir | 21 |
| | E. Hipotesis | 23 |
| BAB III | METODOLOGI PENELITIAN | |
| | A. Metode Penelitian..... | 25 |
| | B. Definisi Operasional Variabel Penelitian | 26 |
| | C. Metode Pengumpulan Data | 28 |
| | D. Instrumen Penelitian..... | 29 |
| | E. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel | 33 |
| | F. Analisis Data | 35 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| | A. Situasi dan Kondisi Tempat Penelitian | 42 |
| | B. Pengumpulan Data dan Penyajian Data | 43 |
| | C. Analisis Data | 44 |
| | D. Pembahasan Hasil Penelitian | 55 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | |
| | A. Kesimpulan | 59 |
| | B. Saran-Saran | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|---------|
| 1. Loyalitas konsumen taman wisata talang indah Pajarisuk kabupaten Pringsewu dari tahun 2015 – 2018 | 3 |
| 2. Kisi-Kisi Kuisisioner | 30 |
| 3. Interpretasi Koefisien Korelasi | 40 |
| 4. Hasil Uji Validitas Kuesioner Citra destinasi | 44 |
| 5. Hasil Uji Validitas Kuesioner Fasilitas wisata | 45 |
| 6. Hasil Uji Validitas Kuesioner Loyalitas konsumen | 46 |
| 7. Uji Reabilitas Kuesioner | 46 |
| 8. Tanggapan Responden Mengenai Citra destinasi | 48 |
| 9. Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas Wisata | 49 |
| 10. Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen | 50 |
| 11. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 51 |
| 12. Hasil uji t | 52 |
| 13. Hasil Uji F | 53 |
| 14. Koefisien Determinasi | 54 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|------------------------------------|---------|
| 1. Kerangka Pikir Penelitian | 23 |
| 2. Struktur Organisasi | 44 |