

**PENGARUH CITRA DESTINASI DAN FASILITAS WISATA TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN GENERASI Z  
(STUDI PADA OBJEK WISATA EDUKASI KAMPUNG SUSU DINASTY  
TULUNGAGUNG)**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Manajemen**



Oleh :

**Elsa Amelia Anastasya**

**201910160311103**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH CITRA DESTINASI DAN FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN GENERASI Z (Studi pada Objek Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Elsa Amelia Anastasya  
NIM : 201910160311103  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 07 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.  
Penguji II : Dra. Erna Retna Rahadjeng, M.M.  
Penguji III : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.  
Penguji IV : Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.

1.   
2.   
3.   
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA DESTINASI DAN FASILITAS WISATA  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN GENERASI Z  
(Studi pada Objek Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung)**

Oleh :

**Elsa Amelia Anastasya**

201910160311103

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 07 Oktober 2023

Pembimbing I,

**Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.**

Pembimbing II,

**Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

**Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

Ketua Jurusan,

**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**



## PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Elsa Amelia Anastasya

NIM : 201910160311103

Progam Studi : Manajemen

Surel : [chaca.amelia01@gmail.com](mailto:chaca.amelia01@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pertanyaan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 2 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan

  
  
Elsa Amelia Anastasya

**THE INFLUENCE OF DESTINATION IMAGE AND TOURISM  
FACILITIES ON THE VISITING DECISIONS Z GENERATION  
TOURISTS (STUDY ON EDUCATIONAL TOURISM OBJECTS IN THE  
KAMPUNG SUSU DINASTY TULUNGAGUNG)**

**Elsa Amelia Anastasya<sup>1</sup>, Dicky Wisnu Usdek Riyanto<sup>2</sup>, Viajeng Purnama Putri<sup>3</sup>**

Management Study Program Faculty of Economic and Business

University of Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang

Email: [Elsaameliaaaaa@gmail.com](mailto:Elsaameliaaaaa@gmail.com)

***ABSTRACT***

*This research aims to examine the influence of destination image and tourist facilities on visiting decisions. The population in this study were all visitors to the Kampung Susu Dynasty village tour. By using a purposive sampling technique, a sample of 110 visitors was obtained. This method uses multiple linear regression with SPSS Version 27. The results of this study conclude that the image of tourist destinations and facilities partially has a significant effect on visiting decisions. In addition, based on the dominant test results, tourist facilities have a more dominant influence on visiting decisions than destination image.*

**Keywords:** *Destination image, tourist facilities, and visiting decisions*

---

<sup>1</sup> [elsaameliaaaaa@gmail.com](mailto:elsaameliaaaaa@gmail.com)

<sup>2</sup> [dicky@umm.ac.id](mailto:dicky@umm.ac.id)

<sup>3</sup> [viajengputri@umm.ac.id](mailto:viajengputri@umm.ac.id)

**PENGARUH CITRA DESTINASI DAN FASILITAS WISATA TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN GENERASI Z (STUDI PADA  
OBJEK WISATA EDUKASI KAMPUNG SUSU DINASTY  
TULUNGAGUNG)**

**Elsa Amelia Anastasya, Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Viajeng Purnama Putri**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia  
E-mail: [Elsaameliaaaaa@gmail.com](mailto:Elsaameliaaaaa@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra destinasi dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung wisata edukasi kampung susu dynasty. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, diperoleh sampel sebanyak 110 pengunjung. Metode ini menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS Versi 27. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa citra destinasi dan fasilitas wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Selain itu, berdasarkan dari hasil uji dominan, fasilitas wisata memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan berkunjung daripada citra destinasi.

**Kata kunci:** Citra destinasi, fasilitas wisata, dan keputusan berkunjung

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannirrohim

Alhamdulillah Robbil ‘alamiin. Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Allah subhaanahu wa ta’aala. Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas limpahan rahmat dan taufiq dari-Nya, skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Generasi Z (Studi Pada Objek Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung)” dapat peneliti selesaikan dengan lancar dan tepat pada waktunya.

Sholawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan ke junjungan kita semua, nabi Muhammad Shallallahu ‘alaihi wa sallam, sayyidul anbiya wal mursaliin. Rasul akhir zaman dan penutup para nabi dan rasul, yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Limpahan do’a dan sholawat semoga tercurahkan juga kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para ulama dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung ajarannya serta menegakkan sunnah-sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, teramat banyak pihak yang telah memberikan uluran bantuan dan dukungan kepada peneliti. Sebagai ungkapan syukur dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Fauzan M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Marsudi, MM., selaku dosen wali kelas Manajemen B angkatan 2019.
5. Dr. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D selaku dosen pembimbing I dan Viajeng Purnama Putri,S.E.,MM selaku dosen pembimbing II saya yang telah membimbing saya dengan sangat baik dalam melakukan penelitian ini.
6. Ayah dan ibu. Kedua insan yang selalu sabar mengasuh kami dari kecil dan tak henti-hentinya selalu mendoakan kebaikan untuk anak-anaknya. Kedua

insan yang selalu menyemangati peneliti selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah mengampuni dosa keduanya dan menyiapkan tempat terbaik di Surga Firdaus bagi keduanya. Aamiin.

7. Seluruh sahabat yang saya cintai terima kasih atas segala bantuan selama ini, baik berupa bantuan materi maupun bantuan doa kepada peneliti. Semoga Allah mengumpulkan kita kelak di Surga-Nya bersama segenap keluarga besar, aamiin.
8. Teman-teman kuliah khususnya di kelas Manajemen B 2019 yang berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan penyusunan tugas skripsi.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, dan kepada seluruh pihak yang telah melangitkan doa-doa kepada peneliti demi kelancaran penyusunan skripsi ini baik secara terang-terangan maupun secara diam-diam. Semoga Allah subhaanahu wa ta'aala selalu menjaga kalian dimanapun kalian berada.





# DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat/Kegunaan Penelitian .....	8
1.5 Batasan Masalah .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu .....	17
2.3 Kerangka Berpikir atau Model Penelitian dan Hipotesis.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Jenis Desain Penelitian.....	24
3.2 Lokasi/Objek dan Waktu Penelitian .....	24
3.3 Populasi, Sampling dan Sample.....	25
3.4 Sumber data .....	26
3.5 Skala data .....	27
3.6 Skala model.....	27
3.7 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	28
3.8 Pengujian Instrument .....	29
3.9 Metode Analisis Data.....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Profil Perusahaan .....	37
4.2 Hasil Penelitian .....	39

4.3 Pembahasan.....	51
<b>BAB V SIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>55</b>
5.1 Simpulan .....	55
5.2 Keterbatasan penelitian.....	56
5.3 Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>61</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pengunjung objek wisata .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	28
Tabel 3.2 Rentang Skala .....	34
Tabel 4.1 Uji Validitas .....	40
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 4.3 Hasil uji multikolinieritas .....	43
Tabel 4.4 Rentang skala X1 .....	44
Tabel 4.5 Rentang skala X2 .....	46
Tabel 4.6 Rentang skala Y .....	47



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 4.1 Normal P-P plot.....	42
Gambar 4.2 Scatterplot.....	43



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian.....	61
Lampiran 2 Tabulasi data jawaban responden.....	66
Lampiran 3 Demografi responden .....	75
Lampiran 4 Uji validitas .....	76
Lampiran 5 Uji reliabilitas .....	79
Lampiran 6 Uji asumsi klasik .....	80
Lampiran 7 Analisis regresi berganda .....	82
Lampiran 8 Hasil Observasi Objek Penelitian.....	83



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahn, J. et al., 2013. GAL promoter-driven heterologous gene expression in *Saccharomyces cerevisiae*  $\Delta$  strain at anaerobic alcoholic fermentation. *FEMS*, 1(13), pp. 140-2.
- Ajzen & Fishbein, 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and*, Volume 20, pp. 179-211.
- Ardiansyah, I., 2019. Pengaruh Harga Dan Fasilitas wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Dengan Metode Structural Equation Modeling. *Journal sistem lembaga penerbitan bina patria* , 14(3).
- Bian, Q., & Forsythe, S. (2012). Purchase Intention For Luxury Brands: A Cross Cultural Comparison. *Business Research*, 65(10), 1443–1451
- Burkart & Medlik, 1974. *Tourism Pas, Present, and Future*. 2nd ed. London: Heinemann.
- Ghozali, I., 2008. *Konsep & aplikasi dengan program AMOS 16.0*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I., 2018. *Aplikasi Analisis Multivarte Dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: UNDIP.
- Hana, K. F., Ramadhani, E. S. & Andini, R., 2022. Halal Tourism: Keterkaitan Citra Destinasi, Fasilitas wisata, dan Norma Subjektif. *Journal of Islamic Economy, Finance, and Banking*, 6(1), pp. 69-80.
- Hurriyati, R., 2015. An Analysis of Place Branding to Enhance the Image of Bandung City and its Implications toward the Decisions to Visit Tourism Destination. *Jurnal Pendidikan Sains Sosial dan Kemanusiaan*, 8(1).
- Irfan, A., Mahfudnurnajamudin, Hasan, S. & Mapparenta, 2020. The Effect of Destination Image, Service Quality, and Marketing Mix on Tourist. *International Journal of Multicultural*, 7(8), pp. 727-740.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing Management (13 Ed)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc.
- Lopes, S. D. F., 2011. *Journal Of Travel Research*, *Journal Of Travel Research*. Volume 9, Pp. 305-315.
- Mahfudhotin, S. & Nufaridha, I. N., 2021. Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi Dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Kampong Heritage Kajoetangan Malang. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, 6(2).
- Mandey, N. et al., 2020. Atribut Destinasi Wisata, Image Destinasi Wisata dan Pengaruhnya Pada Keputusan Mengunjungi Tempat Wisata. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif*, 6(2).
- Mardiyani, Y. & Murwatiningsih, 2015. Pengaruh Fasilitas wisata Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang. *Management Analysis Journal*.

- Marpaung & Bahar, 2002. *Tourism Pas, Present, And Future*. Bandung: Alfabeta.
- Marsono, D. (2016). *Dampak Pariwisata Religi Kawasan Masjid Sunan Kudus Terhadap Ekonomi, Lngkungan, Dan Sosial-Budaya*. Gajah Mada University Press.
- Paludi, S., 2016. *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E- Wom) Terhadap Citra*. Tesis, MM IBN Jakarta.
- Putra, G. B. & Wulandari, N. L. A., 2023. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas wisata Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(2), pp. 397-407.
- Ramadhani, S. A. & Kurniawati, M., 2019. Pengaruh destination image dan subjective norm terhadap niat berkunjung wisata sunan ampel surabaya. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2), pp. 127-138.
- Riduwan, 2008. *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Metode penelitian administrasi dilengkapi dengan metode R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumayang, 2003. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryani, R. & Wahyu, 2018. Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara. *Jurnal Media Ilmiah Komunikasi Bisnis*, 16(1).
- Swastha, B. & Handoko, H., 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Tasci & Gartner, 2007. Citra Destinasi And Its Functional Relationships Ships. *Journal Of Travel Research*, 45(4), Pp. 413-425.
- Tasci & Kozak, 2006. Destination Brands vs Destination Image: Do We Know What We Mean?. *Journal of Vacation Marketing*, Volume 12, pp. 299-317.
- Widayati, C. C., Dudi Permana, Permana, D. & Nugroho, A., 2020. The Role of Destination Image on. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(3).
- Yusuf, M., 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Destinasi Terhadap. *Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 17(2).

# PENGARUH CITRA DESTINASI DAN FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERUNJUNG WISATAWAN ANAK MILENIAL (STUDI PADA OBJEK WISATA EDUKASI KAMPUNG SUSU DINASTY TULUNGAGUNG)

## ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	3%
2	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://e-journal.usd.ac.id">e-journal.usd.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	2%
6	<a href="http://eprints.unmas.ac.id">eprints.unmas.ac.id</a> Internet Source	2%
7	<a href="http://repository.poltekkes-denpasar.ac.id">repository.poltekkes-denpasar.ac.id</a> Internet Source	2%
8	<a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet Source	2%