

**ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN WISATAWAN MENGUNJUNGI *XT-SQUARE* YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Oleh :

Priskaratri Riesta Sani

11140008

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

**ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN WISATAWAN MENGUNJUNGI *XT-SQUARE* YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Oleh :

Priskaratri Riesta Sani

11140008

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

**ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN WISATAWAN MENGUNJUNGI *XT-SQUARE* YOGYAKARTA**

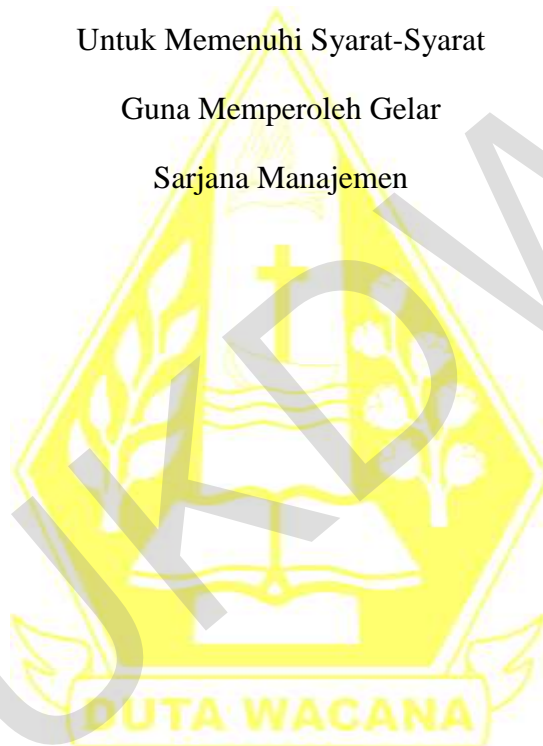
Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Oleh :

Priskaratri Riesta Sani – 11140008

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul:

**ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN UNTUK MENGUNJUNGI XT-
SQUARE YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

PRISKARATRI RIESTA SANI

11140008

dalam Ujian Skripsi Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan LULUS untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal **16-07-2018**

Nama Dosen :

1. Dra. Purwani Retno Andaras, M.M.
(Ketua Tim / Dosen pembimbing)
2. Dr. Singgih Santoso, M.M.
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko S.E., M.M.
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan

Yogyakarta, ... **16-07-2018**

Disetujui oleh :



Dr. Singgih Santoso, M.M

Wakil Dekan I Manajemen

Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph. D

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN WISAWATAN UNTUK MENGUNJUNGI *XT-SQUARE* YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi syarat-syarat menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari karya pihak Perguruan Tinggi atau instansi manapun, Kecuali, beberapa sumber informasi yang tercantum sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 10 Oktober 2018



Priskaratri Riesta Sani

1114008

HALAMAN MOTTO

“Memprioritaskan apa yang harusnya diprioritaskan”

©UKDWN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yang Maha Esa sebagai sumber yang memberikan banyak berkat dan pengharapan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kepada kedua orangtua, kakak dan adik saya sebagai pemberi semangat dan motivasi dalam menjalankan segala proses kehidupan penulis.
3. Kepada keluarga besar dan saudara-saudara yang telah mendoakan yang terbaik untuk kehidupan penulis.
4. Kepada Ibu Purwani Retno Andalas M.M selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan tulus telah membimbing dan memberikan arahan serta motivasi kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Kepada teman-teman terbaik penulis yang selalu menghibur, menemani, mendukung dan memberi semangat dalam setiap proses penulis dalam mengerjakan skripsi: Reisda Eka Cahya, Desy Kurniawati, Stephanie Christina, Yanuar Wahyu Baskoro, Sherly Marshella, Yudhit Anindita Yuwono, Mega Rika, Wijayanti Mangerong Konda, Ipy Nahak, Wahyu Kristiani.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang berlimpah penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul :“**Analisis Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Mengunjungi XT-Square Yogyakarta**”. Penulisan ini merupakan salah satu syarat utama untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1).

Penulisan ini tidak akan terselesaikan dengan baik jika tanpa bantuan, dukungan serta doa dari berbagai pihak selama proses penyusunan penulisan ini. Pada kesempatan ini penulis dengan kerendahan hati mengucapkan terimakasih.

Penulis mengetahui bahwa masih banyak kekurangan pada penulisan ini. Saran dan kritik sangat diharapkan agar penelitian yang selanjutnya dapat lebih sempurna. Penulisan ini semoga dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Yogyakarta, 28 Juli 2018

Penulis

Priskaratri Riesta Sani

11140008

DAFTAR ISI

ANALISIS PENGARUH <i>WORD OF MOUTH</i> DAN <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN MENGUNJUNGI <i>XT-SQUARE</i> YOGYAKARTA	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Batasan Penelitian	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI	7
2.1. Keputusan Pembelian	7
2.2. Komunikasi Pemasaran	9
2.3. <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	14
2.4. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	17
2.5. Tinjauan Empiris.....	19
2.6. Kerangka Pemikiran Penelitian	21

BAB III.....	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Jenis Penelitian.....	22
3.2. Definisi Variabel Penelitian	22
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	23
3.4. Sumber Data.....	24
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6. Populasi Dan Sampel	25
3.7. Metode Pengukuran Variabel.....	26
3.8. Metode Analisis Data	26
3.8.1. Uji Instrumental Penelitian	26
3.8.2. Pengujian Hipotesis	28
BAB IV.....	32
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1. HASIL UJI INSTRUMENTAL PENELITIAN.....	32
4.1.1. Uji Validitas.....	32
4.1.2. Uji Realibilitas	33
4.2. DESKRIPSI RESPONDEN.....	34
4.2.1. Profil Responden berdasarkan Gender.....	34
4.2.2. Profil Responden berdasarkan Usia	35
4.2.3. Profil Responden berdasarkan Pengeluaran per bulan.....	35
4.2.4. Profil Responden berdasarkan Pekerjaan.....	36
4.2.5. Profil Responden berdasarkan sumber informasi yang didapat.....	37
4.2.6. Profil Responden berdasarkan frekuensi berkunjung	37
4.2.7. Profil Responden berdasarkan kunjungan terakhir	38
4.2.8. Profil Responden berdasarkan dengan siapa responden berkunjung	39
4.2.9. Profil Responden berdasarkan tujuan berkunjung	39
4.3. ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	40
4.3.1. KOEFISIEN DETERMINASI (R^2).....	42
4.3.2. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)	43
4.3.3. UJI SIGNIFIKAN SECARA SIMULTAN (UJI F).....	44

4.4. Pembahasan	46
BAB V	48
SIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1. Simpulan.....	48
5.2. Keterbatasan Penelitian	49
5.3. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51

©UKYDWN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Grafik Perkembangan Wisatawan Nusantara di DIY Tahun 2012-2016	2
Tabel 2.1 Kajian penelitian terhdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi oprasional variabel	23
Tabel 3.2Skala likert	26
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	33
Tabel 4.2 Reliability Statistics	34
Tabel 4.3 Proporsi responden berdasarkan Gender	34
Tabel 4.4 Proporsi Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.5 Proporsi responden berdasarkan pengeluaran per bulan.....	36
Tabel 4.6 proporsi responden berdasarkan pekerjaan.....	36
Tabel 4.7 Proporsi responden berdasarkan informasi yang didapat	37
Tabel 4.8 Proporsi responden berdasarkan frekuensi berkunjung	38
Tabel 4.9 Proporsi responden berdasarkan kunjungan terakhir	38
Tabel 4.10 Proporsi responden berdasarkan partner berkunjung.....	39
Tabel 4.11 Proporsi responden berdasarkan tujuan berkunjung	40
Tabel 4.12 Hasil analisis regresi linear berganda	41
Tabel 4.15 Model Summary	42
Tabel 4.13 Hasil uji t.....	43
Tabel 4.14 ANOVA	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 tahap – tahap proses keputusan pembelian	7
Gambar 2.2 Model Komunikasi Pemasaran	12
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	21

©UKDWN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran2 Data Excel (Lampiran jawaban responden)
- Lampiran3 Hasil uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran5 Tabel t hitung, Tabel F hitung
- Lampiran6 Tabel r
- Lampiran7 Surat ijin penelitian

ABSTRAK

“Analisis Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Wisatawan untuk Mengunjungi *XT-Square* Yogyakarta”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *Word of Mouth* dan *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan wisatawan mengunjungi *XT-Square* Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert. Populasi dan sampel dalam penelitian ini berasal dari wisatawan yang pernah berkunjung ke *XT-Square* yang tidak lebih dari 3 bulan sebelum pengisian kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda dibantu dengan menggunakan SPSS 21. Sedangkan untuk mengetahui kontribusi dari setiap variabel menggunakan uji t, dan uji F untuk menguji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini adalah *Word of Mouth* dan *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi *XT-Square*.

Kata kunci: Word of Mouth, Brand Image, keputusan pembelian

ABSTRACT

“THE EFFECT ANALYSIS OF WORD OF MOUTH AND BRAND IMAGE TOWARD TOURISTS’S DECISION TO VISIT XT-SQUARE YOGYAKARTA”

This research aims to knowing whether the decision of variable Word of Mouth and Brand Image significantly influence the decision of tourists to visit XT-Square.

This study uses quantitative descriptive analysis. Data collection is done using a questionnaire that is measured by Likert scale. The population and sample in this study came from tourists who had visited XT-Square no more than 3 months before filling out the questionnaire. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis assisted by using SPSS 21. While definitely the contribution of each variable using the t test and F test to the hypothesis.

The result of this study are that Word of Mouth and Brand Image have a significant effect on the decision of tourist to visit XT-Square.

Kata kunci: Word of Mouth, Brand Image, keputusan pembelian

ABSTRAK

“Analisis Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Wisatawan untuk Mengunjungi *XT-Square* Yogyakarta”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *Word of Mouth* dan *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan wisatawan mengunjungi *XT-Square* Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert. Populasi dan sampel dalam penelitian ini berasal dari wisatawan yang pernah berkunjung ke *XT-Square* yang tidak lebih dari 3 bulan sebelum pengisian kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda dibantu dengan menggunakan SPSS 21. Sedangkan untuk mengetahui kontribusi dari setiap variabel menggunakan uji t, dan uji F untuk menguji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini adalah *Word of Mouth* dan *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi *XT-Square*.

Kata kunci: Word of Mouth, Brand Image, keputusan pembelian

ABSTRACT

“THE EFFECT ANALYSIS OF WORD OF MOUTH AND BRAND IMAGE TOWARD TOURISTS’S DECISION TO VISIT XT-SQUARE YOGYAKARTA”

This research aims to knowing wether the decision of variable Word of Mouth and Brand Image significantly influence the decision of tourists to visit XT-Square.

This study uses quatutative descriptive analysis. Data collection is done uwing a questionnaire that is measured by Likert scale. The pupolation and sample in this study came from tourists who had visited XT-Square no more than 3 months before filling out the questionnaire. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis assisted by using SPSS 21. While definity the contribution of each variable using the t test and F test to the hypothesis.

The result of this study are that Word of Mouth and Brand Image have a significant effect on the decision of tourist to visit XT-Square.

Kata kunci: Word of Mouth, Brand Image, keputusan pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor industri yang saat ini menjadi salah satu kebutuhan setiap orang. Dimana hal tersebut merupakan peluang yang besar untuk mengembangkan tempat-tempat pariwisata. Sekarang ini, pariwisata memiliki peranan yang cukup besar di Indonesia khususnya di Yogyakarta, baik bagi wisatawan Nusantara maupun wisatawan mancanegara. Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), selain disebut kota perjuangan, pusat kebudayaan dan pusat pendidikan, juga dikenal dengan kekayaan pesona alam dan budayanya. Yogyakarta, merupakan kota yang mempunyai berbagai jenis objek wisata. Dari objek wisata alam, wisata buatan, hingga wisata yang memiliki nilai sejarah yang tinggi. Selain itu, Yogyakarta adalah kota yang memiliki tingkat kenyamanan dan keamanan yang tinggi membuat para wisatawan ingin berkunjung. Karena kepercayaan wisatawan terhadap kondisi dan keadaan Yogyakarta yang aman dan nyaman serta keramah-tamahan masyarakatnya, jumlah wisatawan baik Nusantara maupun Mancanegara terus meningkat setiap tahunnya khususnya wisatawan Nusantara. Berikut adalah perkembangan jumlah wisatawan Nusantara di DIY dari tahun 2012-2016:

Tabel 1.1

Perkembangan Wisatawan Nusantara di DIY Tahun 2012-2016

Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara
2012	2,162,422
2013	2,602,074
2014	3,091,967
2015	3,813,720
2016	4,194,261

Sumber: Buku Statistik Kepariwisataaan DIY 2015

Melihat data tersebut di atas, jumlah wisatawan Nusantara di provinsi DI.Yogyakarta meningkat setiap tahunnya. Sehingga inovasi muncul dari berbagai individu maupun kelompok untuk menyuguhkan tempat pariwisata yang menarik dan unik sebagai sarana hiburan di Yogyakarta.Tempat pariwisata dan rekreasi telah disediakan di kota Yogyakarta yaitu seperti pantai Wonosari, Malioboro, Kaliurang, Gumuk Pasir, Candi Prambanan, Keraton Yogyakarta, Taman Pintar, *XT-Square* dan masih banyak tempat wisata lainnya. Namun, di dalam tulisan ini, penulis akan meneliti *XT-Square* yang menyediakan pusat belanja kerajinan, pusat kuliner khas Yogyakarta, *expo center* dan pentas seni pertunjukan menjadi tujuan wisata bagi masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Fasilitas yang ada di *XT-Square* itu sendiri antara lain, De Mata *Trick Eye Museum*, De Arca dan D'Walik. De Mata *Trick Eye Museum* merupakan wahana museum yang menyuguhkan ratusan gambar 3 Dimensi.De Arca museum adalah wahana museum patung pertama di Indonesia yang pengunjungnya akan disuguhkan dengan patung tokoh-tokoh dunia.D'walik adalah wahana wisata terbaru yang menampilkan lebih kurang 30 ruangan dengan berbagai konsep yang berbeda, mencakup bentuk ruangan 90 derajat.Tidak hanya itu, *XT-Square* juga menyuguhkan berbagai *fashion* dan kerajinan

hingga kuliner. Setiap tahun, *XT-Square* mengadakan berbagai *event* dan pertunjukan. Melihat wisatawan tidak lagi hanya berkunjung untuk mencari kesenangan, namun saat ini nilai kreatifitas juga menjadi salah satu ketertarikan bagi para wisatawan. *XT-Square* menyediakan seni dan kreatifitas untuk dapat di kunjungi. De Mata, De Arca, dan D'Walik menjadi produk unggulan dari *XT-Square* karena kekreatifan yang di suguhkan.

Disamping itu *XT-Square* sendiri memiliki potensi yang cukup baik sebagai perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata. Seperti pernah dikabarkan bahwa terdapat kasus terkait dugaan korupsi pembangunan *XT-Square* yang terjadi pada tahun lalu. Namun hingga saat ini, *XT Square* tetap meningkat dengan adanya wahana rekreasi yang tersedia. Selain itu, pengelola *XT-Square* juga menambahkan sebanyak 132 kios yang ada di lantai pertama dan lantai kedua saat ini sudah penuh oleh UKM kerajinan batik, souvenir, batu mulia, perak, kulit, kayu, sandal dan sepatu. Sementara kios kuliner yang ada di outdoor saat ini ada 26 tenda.

Berdasarkan kasus dan fenomena yang terjadi, *XT-Square* dikehendaki untuk tetap menjaga dan memepertahankan *Brand Image* dari *XT-square* itu sendiri. Karena *Brand Image* dapat mempengaruhi suatu merk. *Brand Image* yang baik menjadi dasar untuk membangun citra perusahaan yang positif. Selain itu, *Brand Image* yang positif dapat memberi manfaat pada perusahaan untuk mengembangkan produk unggulan dengan memanfaatkan *image* positif yang telah terbentuk dari produk unggulan tersebut. Hal yang secara instan dan otomatis yang dirasa cukup mampu memberikan ada tidaknya peluang dari sebuah usaha ataupun bisnis tersebut berjalan adalah *Word of Mouth*. Kegiatan dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) itu juga sangat berpengaruh terhadap *Brand Image*. Jika

kegiatan mulut ke mulut tersebut dapat berlangsung sesuai dengan pengalaman yang didapat secara positif, maka dapat mempertahankan *Brand Image* (citra merek) dari sebuah perusahaan tersebut. Kedua hal tersebut sangat berkaitan dan dapat mempengaruhi konsumen atau masyarakat dalam mengambil keputusan untuk mengunjungi suatu tempat pariwisata tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin mengamati apakah *Word of Mouth* dan *Brand Image* berpengaruh besar terhadap masyarakat dalam mengambil keputusan untuk memilih XT-Square sebagai tempat pariwisata atau rekreasi. Maka, judul penelitian adalah “ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN UNTUK MENGUNJUNGI *XT-SQUARE*”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah yaitu :

1. Apakah *Word of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi *XT-Square*?
2. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi *XT-Square*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin di capai penulis, yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *Word of Mouth* terhadap pengambilan keputusan wisatawan untuk mengunjungi *XT-Square*.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *Brand Image* terhadap pengambilan keputusan wisatawan untuk mengunjungi *XT-Square*.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian itu sendiri adalah sebagai berikut;

1. Manfaat akademis, yaitu dapat menjadikan pembelajaran atau menambah ilmu pengetahuan dan kajian ilmiah bagi pembaca khususnya mengenai pengaruh *Word of Mouth* dan *Brand Image* terhadap suatu keputusan pembelian (keputusan mengunjungi).
2. Manfaat praktis, yaitu tulisan ini di harapkan dapat menjadi informasi bagi pengelola *XT-Square* bahwa kegiatan dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) dan citra merek (*Brand Image*) dapat mempengaruhi keputusan pembelian (keputusan mengunjungi).

1.5. Batasan Penelitian

Penelitian ini diberi batasan guna agar dilakukan secara lebih focus, selain itu agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diharapkan didalam penelitian ini. Rumusan batasan masalah di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kajian mengenai keputusan mengunjungi *XT-Square* yang dibatasi oleh analisis *Word of Mouth* dan *Brand Image*.
2. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di *XT-Square* (Jl. Veteran No. 150-151, Pandeyan, Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta).

3. Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli dan Agustus 2018

4. Jumlah responden 110 orang yang semuanya adalah wisatawan Nusantara yang berkunjung ke *XT-Square* Yogyakarta.

©UKDWN

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan kajian yang telah dilakukan berkaitan dengan pengaruh *Word of Mouth* dan *Brand Image* terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi *XT-Square*, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Word of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan wisatawan. Yang berarti wisatawan memperdulikan apa yang dibicarakan, dipromosikan dan direkomendasikan oleh orang mengenai pengalaman kepuasan wisatawan terhadap wahana-wahana yang ada di *XT-Square*. Yang membuat rasa minat wisatawan untuk berkunjung muncul, sehingga wisatawan yang berkunjung merasa *XT-Square* adalah tempat yang tepat untuk di kunjungi ketika waktu senggang.
2. Variable *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan wisatawan yang meliputi citra dari suatu merek produk. Yang berarti wisatawan sangat peduli terhadap kualitas, layanan, hingga harga yang di tawarkan. Berkaitan dengan kepuasan hingga wisatawan dapat menceritakan kepada kerabat mereka mengenai pengalaman kepuasan yang nyata yang mereka dapat ketika berkunjung ke *XT-Square*. Hal tersebut dapat memberikan citra atau *image* yang baik terhadap *XT-Square*. Dengan *Brand Image* yang di dapat baik, masyarakat dapat mengambil keputusan untuk berkunjung tanpa

mempertimbangkan tempat wisata yang lain, bahkan hingga merekomendasikan *XT-Square* sebagai tempat yang cocok untuk dikunjungi diwaktu senggang.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan sesuai dengan prosedur yang ada. Namun, walaupun demikian, dalam melakukan penelitian ini masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Responden yang hanya berjumlah 110 orang. Sedikitnya jumlah responden yang diteliti dikarenakan keterbatasan biaya dan tenaga peneliti.
2. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan jawaban tertutup. Sehingga membatasi jawaban yang diberikan oleh responden.
3. Hanya ada 2 variabel yang ada di dalam penelitian ini yaitu *word of mouth* dan *brand image*. Sedangkan masih ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Karena keterbatasan waktu yang tidak memungkinkan untuk penelitian menggunakan variabel-variabel lainnya.

5.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapat, maka penulis memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan dan yang dapat dijadikan pertimbangan bagi *XT-Square* dan bagi penulis sendiri. Berikut saran yang diberikan oleh penulis :

1. Bagi pengelola *XT-Square*

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil dari variabel *Word of Mouth* dan *Brand Image* sekitar 20,5% dapat mempengaruhi keputusan wisatawan

untuk mengunjungi XT-Square. Pengelola XT-Square harus dapat meningkatkan kedua variabel tersebut agar wisatawan ingin terus berkunjung. Meningkatkan kepuasan pelanggan yang datang juga faktor terpenting dalam konteks ini. Ketika wisatawan nusantara yang datang merasa terpuaskan oleh XT-Square baik dari wahana-wahana yang disediakan hingga foodcourt, maka akan semakin banyak kegiatan *Word of Mouth* yang positif dan dapat memperkuat keputusan wisatawan nusantara untuk mengunjungi XT-Square. Untuk dapat meningkatkan citra merek yang baik, pengelola *XT-Square* sebaiknya meningkatkan layanan dari pegawai *XT-Square* agar kenyamanan juga bisa dirasakan ketika berkunjung ke *XT-Square*. Selain itu, kualitas dan inovasi dari wahana-wahana juga ditingkatkan agar wisatawan tidak merasa bosan dengan wahana dan suasana tempat wisata tersebut. Hal ini jika didukung dengan promosi yang lebih gencar, maka akan dapat memperkuat citra positif (brand image) dari XT-Square.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Pada peneliti selanjutnya, dalam melakukan penelitian sebaiknya mengembangkan variabel dan rumusan masalah yang akan diteliti, dan jumlah sampel diperbanyak, sehingga dapat lebih detail dalam mengungkap permasalahan yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu, Ahmadi dan Cholid, Narbuko. 2009. *Metodologi Penelitian*. Jarkarta: PT.Bumi Aksara.
- Amstrong, dan Kotler. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.
- Bilson, Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP
- Husein, Umar. 2003. *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Jogiyanto. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BFE
- Kartajaya, H. 2006. *Hermawan Kartajaya on Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, P dan Gary. A. 1998. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallinda
- Kotler, P & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi-13, Jilid 2. Alih Bahasa. Jakarta: Erlangga, Bob Sabran.
- Machfoedz, M. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Martono, N. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Moh, N. 2014. *Metode Penelitian*. Jakarta Timur: Ghalia Indonesia
- Mulyana. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Noor, J. 2011. *Metodologi Penelitian*. Edisi Pertama. Jakarta : Kencana
- Riduwan. 2003. *Dasar Dasar Statistika*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta
- Saharli, M. 2009. *Habit*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sudharta, N. A. *Metode Penelitian*. (Online).
(<https://widisudharta.weebly.com/metode-penelitian-skripsi.html> , Diakses 10 Agustus 2018).
- Sumber pengertian.co. 2017. (Online). (
<http://www.sumberpengertian.co/pengertian-hipotesis-secara-umum-dan-menurut-para-ahli>, Diakses 25 Agustus 2018).
- Tabalena, M. R. S., Sriwidodo, U. & Sumaryanto. 2016. *Analisis Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung dengan Word of Mouth Positif sebagai Variable Moderasi*.
<http://www.niliti.com/analisis-pengaruh-brand-image-terhadap-keputusan-pembelian-smartphone-samsung-dengan-word-of-mouth-positif-sebagai-variabel-moderasi>, Diakses 20 Juli 2018
- <http://www.solopos.com/2016/01/18/pasar-kerajinan-jogja-pengelola-pastikan-perkembangan-xt-square-baik-681720>
- <https://yogyakarta.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/7>
- http://digilib.uin-suka.ac.id/14701/2/07730078_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka%281%29.pdf
- Isмасari, R. A & Faruda, N. 2015. *Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image terhadap Repurchar Intention melalui Brand Trust Smartphone Samsung Galaxy Series*. (Online)
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/12880/12483>, Diakses 20 Juli 2018.
- Rachman, R, dan Abadi, W.T. 2017. *Komunikasi Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Batik Bangkalan*.
<http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/136/112>. Diakses pada tanggal 21 Juli 2018

Kuesioner Penelitian
“PENGARUH WORD OF MOUTH DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUTUSAN MENGUNJUNGI XT-SQUARE”

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan adanya penelitian yang saya lakukan, saya membutuhkan bantuan dari Bapak/Ibu dengan mengisi beberapa pernyataan dibawah ini. Melalui jawaban yang Bapak/Ibu berikan, membantu saya dalam mengumpulkan berbagai informasi yang saya perlukan. Atas bantuan dan kerjasama dari Bapak/Ibu, saya ucapkan terimakasih.

Pentunjuk Pengisian:

Berikan tanda silang (X) atau Lingkaran (O) pada pertanyaan dibawah ini yang anda anggap penting dan sesuai dengan jawaban pilihan anda.

Profil Responden:

1. Jenis Kelamin

a. Pria

b. Wanita

2. Umur

a. <20 Tahun

c. 30 – 39 Tahun

b. 20 – 29 Tahun

d. > 40 Tahun

3. Rata-rata pengeluaran Tiap Bulan

a. Rp.500.000 – Rp.1.000.000

c. .>Rp.1.500.000

b. Rp.1.100.000 – Rp.1.500.000

4. Profesi

- a. Pegawai Negeri
- b. Pegawai Swasta
- c. Wiraswasta
- d. Pelajar / Mahasiswa
- e. Lainnya(sebutkan).....

5. Darimana anda mendapat informasi mengenai XT-Square

- a. Teman
- b. Iklan / Visibility
- c. Keluarga / Saudara
- d. Lainnya(sebutkan).....

6. Frekuensi berkunjung dalam 3 bulan terakhir

- a. 1 x
- b. 2 – 3 x
- c. ≥ 4 x

7. Kunjungan terakhir

- a. < 1 bulan
- b. 1 – 2 bulan
- c. > 2 - 3 bulan

8. Dengan siapa berkunjung ke XT-Square

- a. teman
- b. keluarga
- c. rekan kerja
- d. lainnya (sebutkan).....

9. Tujuan berkunjung

- a. rekreasi
- b. perjalanan bisnis
- c. lainnya (sebutkan).....

Pentunjuk Pengisian :

Pilihlah salah satu jawaban dari berbagai pernyataan di bawah ini yang menurut anda paling benar dan berilah tanda (√) pada kolom yang merupakan jawaban anda.

Keterangan pilihan jawaban sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- N = Netral
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

Contoh pengisian :

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menyukai wahana yang ada di XT-Square					√

A. Word Of Mouth

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Kerabat (teman, keluarga) saya sering membicarakan mengenai wahana-wahana yang ada di XT-Square.					
2	Kerabat (teman, keluarga) saya mempromosikan pengalaman tentang kepuasan setelah mengunjungi XT-Square.					
3	Kerabat (teman, keluarga) saya merekomendasikan XT-Square sebagai tempat wisata yang harus dikunjungi saat liburan ataupun waktu senggang.					

B. Brand Image

NO	Pernyataan	Keterangan				
		STS	TS	N	S	SS
1	Fasilitas yang diberikan di wahana XT Square berkualitas					
2	Pegawai di wahana XT-Square melayani dengan ramah					
3	Pegawai di wahana XT-Square melayani dengan sopan					
4	Harga yang di tawarkan oleh wahana di XT-Square sesuai dengan fasilitas dan layanan yang diberikan					

C. Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mempertimbangkan untuk berkunjung lagi ke XT-Square.					
2	Saya tidak mempertimbangkan tempat wisata lainnya ketika akan berkunjung ke XT-Square.					
3	Saya merekomendasikan XT-Square kepada kerabat (teman, keluarga) saya sebagai tempat wisata untuk dikunjungi ketika ada waktu senggang					

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pengeluaran per Bulan	Pekerjaan	Mendapatkan Informasi	Frekuensi Berkunjung	Kunjungan Terakhir	Dengan Siapa Berkunjung	Tujuan Berkunjung	Word of Mouth			Brand image			Keputusan Pembelian		
										1	2	3	4	1	2	3	4	1
1	2	2	1	4	1	1	1	2	1	2	2	4	4	4	2	2	2	
2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	3	2	
3	2	2	2	2	2	3	1	2	1	1	2	4	3	4	1	2	2	
4	1	4	3	1	1	3	1	2	1	2	2	2	4	4	2	3	2	
5	2	2	1	4	1	1	1	2	1	4	4	4	3	4	4	4	4	
6	1	1	2	4	2	1	2	1	1	2	1	3	2	3	4	2	3	
7	2	3	3	3	1	2	1	2	1	4	2	4	3	4	4	3	4	
8	1	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	4	4	4	2	3	3	
9	2	2	2	4	2	1	2	2	1	2	1	2	3	3	2	2	3	
10	2	1	1	3	2	1	2	1	1	2	2	4	4	4	1	3	2	
11	2	1	1	4	1	1	2	1	1	4	1	3	4	3	2	3	3	
12	1	2	3	4	3	2	2	3	2	1	4	4	3	4	4	3	4	
13	1	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	4	3	4	4	3	3	
14	2	2	2	4	2	1	2	1	1	4	4	3	4	4	3	4	3	
15	1	1	2	4	2	2	2	1	1	4	4	2	2	4	2	3	3	
16	1	1	1	4	1	1	1	2	1	3	1	4	4	4	4	3	3	
17	1	1	2	4	1	1	1	2	1	4	4	4	3	4	1	2	3	
18	2	1	1	4	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	
19	2	2	2	4	2	1	1	1	1	1	2	4	3	3	1	3	4	
20	1	2	2	4	3	1	2	1	1	3	3	4	4	3	3	3	3	
21	1	2	2	2	1	1	1	3	2	2	2	4	4	3	4	3	4	
22	2	3	1	3	2	1	1	2	1	2	1	4	4	3	4	4	4	
23	2	2	1	4	3	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	3	3	
24	1	2	2	2	1	1	1	3	2	3	1	4	3	4	1	3	3	
25	1	2	3	4	2	1	2	1	1	1	2	2	4	3	4	3	4	
26	2	2	1	4	1	1	2	1	1	4	4	4	4	1	2	2	3	
27	2	2	1	4	3	1	2	2	1	4	2	4	2	3	2	2	3	
28	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	4	3	4	4	1	1	3	
29	2	1	1	4	1	1	1	1	1	4	1	3	2	3	2	4	3	
30	2	2	3	2	2	1	1	1	1	2	2	4	3	4	4	3	4	
31	1	2	3	2	1	1	1	1	1	4	4	4	3	1	5	3	4	
32	2	3	3	2	1	2	2	1	1	4	4	3	4	2	4	4	3	
33	1	2	3	4	1	1	2	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	
34	1	2	2	4	1	1	2	1	2	1	2	4	4	4	4	3	3	
35	1	2	1	4	1	1	3	1	1	4	4	3	4	3	1	4	3	
36	2	2	1	4	2	1	2	2	2	3	2	4	3	2	1	4	3	
37	1	3	3	2	2	1	1	3	3	1	4	3	3	3	4	2	3	
38	2	2	2	3	2	1	1	1	1	4	4	3	4	4	1	2	4	
39	1	1	1	4	1	2	1	1	1	4	4	3	2	3	3	4	2	
40	1	2	2	3	2	1	1	2	2	4	4	3	4	1	3	2	2	
41	2	1	1	2	2	2	1	1	1	4	4	4	2	3	4	3	3	
42	1	1	1	4	1	2	2	2	1	2	1	3	4	4	1	2	4	
43	2	2	2	4	1	1	1	1	1	4	4	2	2	3	2	3	3	
44	1	2	2	4	2	1	1	1	1	2	4	3	3	4	1	2	4	
45	1	2	2	4	1	1	2	1	1	4	1	3	3	4	1	3	4	
46	1	3	2	2	3	1	2	2	1	3	1	2	4	4	2	3	4	
47	2	2	1	4	1	1	1	2	1	4	1	3	2	4	1	4	3	
48	2	3	3	1	1	1	1	2	1	2	4	4	3	4	3	4	4	
49	2	1	1	4	2	1	1	1	1	4	4	3	2	3	2	3	4	
50	1	2	2	4	2	2	1	1	1	3	4	3	3	4	1	3	4	
51	2	1	1	3	1	2	1	1	1	4	1	4	2	3	2	3	4	
52	2	2	2	3	2	1	1	1	1	4	2	4	4	1	4	4	3	
53	1	3	3	2	3	1	2	2	1	2	4	4	3	3	4	3	2	
54	1	3	3	2	2	2	1	3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
word of mouth	2.7333	.98027	30
word of mouth	2.7333	.82768	30
word of mouth	2.9000	.71197	30
brand image	3.4000	.67466	30
brand image	3.2333	.81720	30
brand image	3.5000	.62972	30
brand image	3.1667	.83391	30
keputusan pembelian	2.7333	.69149	30
keputusan pembelian	2.9000	.84486	30
keputusan pembelian	3.0000	.58722	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
word of mouth	27.5667	13.013	.268	.698
word of mouth	27.5667	12.047	.547	.638
word of mouth	27.4000	13.145	.430	.663
brand image	26.9000	13.748	.334	.679
brand image	27.0667	13.168	.343	.678
brand image	26.8000	13.821	.354	.677
brand image	27.1333	13.085	.347	.677
keputusan pembelian	27.5667	14.047	.260	.690
keputusan pembelian	27.4000	13.421	.281	.690
keputusan pembelian	27.3000	13.390	.497	.658

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
30.3000	15.872	3.98402	10

Regression

Correlations

		KP	WOM	BI
Pearson Correlation	KP	1.000	.241	.226
	WOM	.241	1.000	.064
	BI	.226	.064	1.000
Sig. (1-tailed)	KP	.	.006	.009
	WOM	.006	.	.253
	BI	.009	.253	.
N	KP	110	110	110
	WOM	110	110	110
	BI	110	110	110

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	BI, WOM ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: KP
 b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.469 ^a	.220	.205	1.61483	1.842

- a. Predictors: (Constant), bi, wom
 b. Dependent Variable: kp

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	78.695	2	39.348	15.089	.000 ^b
	Residual	279.023	107	2.608		
	Total	357.718	109			

- a. Dependent Variable: kp
 b. Predictors: (Constant), bi, wom

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.439	1.320		1.848	.067
	wom	.227	.080	.246	2.846	.005
	bi	.352	.085	.360	4.160	.000

- a. Dependent Variable: kp

Collinearity Diagnostics^a

Collinearity Diagnostics ^a						
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	wom	bi
1	1	2.967	1.000	.00	.00	.00
	2	.025	10.985	.05	.92	.18
	3	.008	18.894	.95	.07	.82

a. Dependent Variable: kp

Frequencies

Statistics

		jenis kelamin	usia	pengeluaran per bulan	pekerjaan	mendapatkan informasi	frekuensi berkunjung	kunjungan terakhir	partner berkunjung	tujuan berkunjung
N	Valid	110	110	110	110	110	110	110	110	110
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		1.5000	1.9182	2.0545	3.1636	1.6000	1.3000	1.6091	1.4727	1.2182

Frequency Table

jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	55	50.0	50.0	50.0
Valid perempuan	55	50.0	50.0	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<20 tahun	26	23.6	23.6	23.6
20-29 tahun	68	61.8	61.8	85.5
Valid 30-39 tahun	15	13.6	13.6	99.1
>40 tahun	1	.9	.9	100.0
Total	110	100.0	100.0	

pengeluaran per bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rp 500,000 - Rp 1,000,000	28	25.5	25.5	25.5
Valid Rp 1,100,000 - Rp 1,500,000	48	43.6	43.6	69.1
> Rp 1,500,000	34	30.9	30.9	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pegawai Negeri	5	4.5	4.5	4.5
Pegawai Swasta	26	23.6	23.6	28.2
Valid Wiraswasta	25	22.7	22.7	50.9
Pelajar / Mahasiswa	54	49.1	49.1	100.0
Total	110	100.0	100.0	

mendapatkan informasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
teman	58	52.7	52.7	52.7
Valid Iklan / Visibility	38	34.5	34.5	87.3
Keluarga / Mahasiswa	14	12.7	12.7	100.0
Total	110	100.0	100.0	

frekuensi berkunjung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1x	77	70.0	70.0	70.0
Valid 2 - 3x	33	30.0	30.0	100.0
Total	110	100.0	100.0	

kunjungan terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 1 bulan	57	51.8	51.8	51.8
Valid 1 - 2 bulan	39	35.5	35.5	87.3
> 2 - 3 bulan	14	12.7	12.7	100.0
Total	110	100.0	100.0	

tujuan berkunjung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Rekreasi	89	80.9	80.9	80.9
Perjalanan Bisnis	18	16.4	16.4	97.3
Lainnya	3	2.7	2.7	100.0
Total	110	100.0	100.0	

©UKDW

FORMULIR REVISI JUDUL SKRIPSI

Nama : Priskaratri Riesta Sani

NIM: 11140008

Judul lama

Analisis Pengaruh Word of Mouth / Dan Brand Image Terhadap Keputusan Wisatawan untuk Mengunjungi XT-Square Yogyakarta.

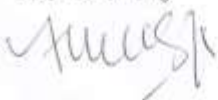
Judul baru (jika ada)

Judul dalam bahasa Inggris

The Effect Analysis of Word of Mouth and Brand Image Towards Tourists's Decision to Visit XT-Square Yogyakarta

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

: 

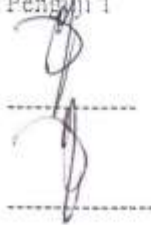
Mahasiswa



- NAMA: Priskaratri, Riesta, Sani NIM: 11140008.....
- Perubahan/ Revisi JUDUL SKRIPSI
(setelah pelaksanaan ujian, wajib melapor kepada staf administrasi Fakultas, bila ada)

1. Pembahasan R^2 .
2. Pembahasan tentang $x \rightarrow y$ → tambah, kurangi, tambah, kurangi.
3. Saran WAKI & BI
4. Format, daya pustaka, font

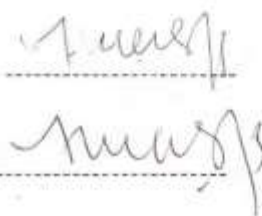
Tanda tangan
Penguji 1



Penguji 2



Penguji 3



Catatan

(Jika tanda tangan sudah terisi semua, serahkan ke staf admin, Fakultas untuk diarsip)



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233
 Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 1 Agustus 2018

Kepada Yth. :

Nomor : 074/8121/Kesbangpol/2018
 Perihal : Rekomendasi Penelitian

Walikota Yogyakarta
 Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan
 Perizinan Kota Yogyakarta

di Yogyakarta

Memperhatikan surat :

Dari : Wakil Dekan Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis
 Universitas Kristen Duta Wacana
 Nomor : 35/I.01/FBM/2018
 Tanggal : 1 Agustus 2018
 Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal "ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN UNTUK MENGUNJUNGI XT-SQUARE YOGYAKARTA" kepada:

Nama : PRISKARATRI RIESTA SANI
 NIM : 11140008
 No.HP/Identitas : 087788423057 / 3305194704960004
 Prodi/Jurusan : Manajemen
 Fakultas : Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
 Lokasi Penelitian : XT-Square Yogyakarta
 Waktu Penelitian : 1 Agustus 2018 s.d 30 Agustus 2018

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan:

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY selambat-lambatnya 6 bulan setelah penelitian dilaksanakan.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.

KEPALA
 BADAN KESBANGPOL DIY



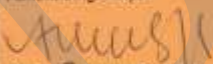



AGUNG SUPRIYONO, SH
 NIP. 19681026 199203 1 004



Tembusan disampaikan Kepada Yth.:

1. Gubernur DIY (sebagai laporan)
2. Wakil Dekan Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
3. Yang bersangkutan.

<h2>Syarat Ujian Skripsi</h2>		 FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA Jl. Dr. Wahidin 5 - 25 Yogyakarta 55254 Telp. (0274) 563929 Ext. 418	
<p>➔ Batas waktu penulisan skripsi adalah 2 (dua) semester. Jika anda sudah melebihi batas waktu tersebut, maka anda wajib mengajukan surat permohonan perpanjangan kepada Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen pada saat registrasi.</p> <p>➔ Selama skripsi belum selesai (belum lulus) anda wajib melakukan registrasi pada setiap Semester.</p> <p>➔ Ujian pendadaran diadakan setiap bulan sekali, kecuali pada kondisi tertentu bisa 2X dilaksanakan pada minggu kedua dan minggu terakhir.</p> <p>➔ Syarat Pendaftaran Ujian Pendadaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Foto copy skripsi 3 bendel • Abstrak skripsi (3 lbr), dimasukkan di bendel skripsi • Surat Keterangan Penelitian/Ijin Menyebarkan Kuesioner (3 lbr), dimasukkan di bendel skripsi • Pas-foto hitam putih/berwarna 2x3 (2 lbr) • Kartu konsultasi skripsi sudah di ACC • KRS terakhir - asli (1 lbr) • Daftar nilai/transkrip - asli (1 lbr) • Pembimbing skripsi WAJIB tanda tangan dihalaman persetujuan <p>➔ Khusus bagi yang menempuh ujian ke dua dan seterusnya (Uji Ulang), menyerahkan bukti pembayaran Rp. 100.000,- dari Bank BNI Kantor Kas UKDW.</p>	 <h3>KARTU KONSULTASI SKRIPSI</h3>		<p>Nama Mahasiswa : <u>Puskarati Riesta Sari</u></p> <p>No. Mahasiswa : <u>1119.0008</u></p> <p>Mulai Skripsi : <u>Gasal 2017/2018</u></p> <p>Topik Skripsi* : <u>Mnj Pemasaran</u> Mnj Keuangan/ Mnj SDM <small>*Angka salah satu</small></p> <p>Yogyakarta, <u>20 September 2017</u></p> <p>Pembimbing Skripsi :  Dra. Purwati Retno A., M.M.</p> <p>Mahasiswa :  Puskarati Riesta Sari</p>

Tanggal	Catatan Pembimbing	Paraf
08/03-18	Bab 1	f
12/03-18	Bab 1 data pendukung	f
11/04-18	Bab 1 (Penggunaan kata)	f
17/04-18	Bab 2	f
09/05-18	membahas kutipan dan daftar pustaka	f
14/05-18	Bab 4 Definisi operasional	f
16/05-18	Bab 4 Deskripsi Responden	f
05/06-18	Bab 4 Analisis regresi linear	f
12/06-18	Bab 4 Pembahasan	f
20/06-18	Bab 5 → keterbatasan penelitian & saran & pp	f
24/06-18	Bab 2 (Hipotesis)	f
05/10-18	Bab 1 (data wawancara)	f
08/10-18	Bab 5 (keterbatasan)	f
09/10-18	Menyusuri abstrak	f
16/10-18	kec -	f

AGENDA PENDAFTARAN & UJIAN PENDADARAN FAKULTAS BISNIS - UKDW		
TAHUN AKADEMIK 2017/2018		
Bulan	Pendaftaran	Perkiraan Ujian
AGAL 2017/2018 SEPTEMBER	11 - 15 Sept 2017	20 - 22 Sept 2017
OKTOBER	9 - 13 Okt 2017	18 - 20 Okt 2017
NOVEMBER	23 - 27 Okt 2017	1 - 3 Nov 2017 (Batas akhir pendaftaran wisuda tgl 8 Nov 2017)
DESEMBER	27 Nov - 5 Des 2017	13 - 15 Des 2017
2018 JANUARI	18 Des - 4 Jan 2018	10 - 12 Jan 2018
GENAP 2017/2018 FEBRUARI	22 - 26 Jan 2018	1 - 2 Feb 2018 (Batas akhir pendaftaran wisuda tgl 7 Feb 2018)

**UNIVERSITAS KRISTEN
DUTA WACANA**

AGENDA PENDAFTARAN & UJIAN PENDADARAN FAKULTAS BISNIS - UKDW		
Bulan	Pendaftaran	Perkiraan Ujian
MARET	5 - 9 Mar 2018	14 - 16 2018
APRIL	21 - 27 Mar 2018	4 - 6 April 2018
MEI	2 - 9 Mei 2018	16 - 18 Mei 2018
JUNI	28 Mei - 1 Juni 2018	6 - 8 Juni 2018

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN
DUTA WACANA**