

**PENGARUH *BRANDING SUSTAINABLE TOURISM* TERHADAP  
KEPUTUSAN WISATAWAN MENGIKUTI KEGIATAN *BEACH*  
*VOLUNTRIP* PADA PT.GEMILANG MEDIA WISATAMA**



**SKRIPSI**

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Oleh :**

**Nama : Aisyah Amini  
NPM : 061940610301**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
2023**

**PENGARUH *BRANDING SUSTAINABLE TOURISM* TERHADAP  
KEPUTUSAN WISATAWAN MENGIKUTI KEGIATAN *BEACH*  
*VOLUNTRIP* PADA PT.GEMILANG MEDIA WISATAMA**



**SKRIPSI**

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Oleh :**

**Nama : Aisyah Amini  
NPM : 061940610301**

**Menyetujui,**

**Palembang, 23 Agustus 2023  
Pembimbing II,**

**Pembimbing I,**

**Lisnini, S.E., M.Si  
NIP 195904211989102001**

**Fetty Maretha, S.E., M.M  
NIP 198203242008012009**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA  
NIP 197602222002121001**

**Ketua Program Studi  
Usaha Perjalanan Wisata**

**Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si  
NIP 198602262015042003**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aisyah Amini

NPM : 061940610301

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Judul Skripsi : Pengaruh *Branding Sustainable Tourism* Terhadap Keputusan Wisatawan Mengikuti Kegiatan *Beach Voluntrip* PT. Gemilang Media Wisata

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya saya sendiri dan seluruh ide, pendapat serta materi dari sumber lain ini telah saya kutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Palembang, Agustus 2023

Penulis



Aisyah Amini



## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Aisyah Amini  
NIM : 061940610301  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ Usaha Perjalanan Wisata  
Judul Skripsi : Pengaruh *Branding Sustainable Tourism* Terhadap  
Keputusan Wisatawan Mengikuti Kegiatan *Beach  
Voluntrip* PT. Gemilang Media Wisata

Telah dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Ujian Skripsi  
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata  
Dan Dinyatakan LULUS

Pada hari : Rabu  
Tanggal: 23 Agustus 2023

### TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Lisnini, S.E., M.Si. Ketua		23 Agustus 2023
2	Rini, S.E., M.AB. Anggota		23 Agustus 2023

***“Bunga yang mekar dalam kesulitan adalah yang paling indah dari semua bunga,  
Keep your eyes on the stars and your feet on the ground”  
(Aisyah Amini)***

***“Angin Tidak Berhembus untuk Menggoyangkan Pepohonan, Melainkan  
Menguji Kekuatan Akarnya”  
(Ali bin Abi Thalib)***

Karya ini ku persembahkan untuk:

- Kedua orang tuaku Bapak (Duli Panjuluh) dan Mama (Nuriyah) tercinta yang tak pernah lelah untuk mengingatkan, memberikan semangat serta memberikan dukungan, perjuangan dan memberikan motivasi dalam hidup ini.
- Koko Ryo & Mama Ani yang selalu mendukung, mengingatkan serta merelakan waktunya untuk memberikan canda dan tawa serta kasih sayang.
- Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Branding Sustainable Tourism* Terhadap Keputusan Wisatawan Mengikuti Kegiatan *Beach Voluntrip*” dengan tepat waktu.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Branding sustainable tourism* yaitu *brand image*, *brand value*, dan *brand awareness* terhadap keputusan wisatawan mengikuti kegiatan *beach voluntrip* secara masing-masing, dan pengaruhnya secara bersama-sama terhadap keputusan wisatawan. Penulisan skripsi ini disusun berdasarkan hasil survei yang dilakukan kepada wisatawan yang pernah mengikuti kegiatan *beach voluntrip* dengan Sampel berjumlah 100 orang. Penulisan skripsi ini memperoleh hasil bahwa secara parsial *brand image*, *brand value*, dan *brand awareness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan, demikian pula secara keseluruhan *brand image*, *brand value*, dan *brand awareness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Dengan demikian, wisatawan akan mempertimbangkan untuk mengikuti kembali kegiatan *beach voluntrip*.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengharapkan masukan dan saran untuk penyempurnaan skripsi yang telah dibuat. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi penulis, mahasiswa dan akademisi Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata serta penyelenggara kegiatan *beach voluntrip* di masa yang akan datang.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, MT., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E.,M.AB.,CPMA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr, Marieska Lupikawaty, S.E.,M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I.,M.Si selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Lisnini, S.E., M.Si selaku Pembimbing I yang telah bersedia memberikan bimbingan, pengarahan, inspirasi, dan motivasi serta saran dengan penuh keikhlasan dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
6. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu, membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Program Studi Usaha Perjalanan Wisata khususnya.
8. PT. Gemilang Wisata yang telah mengizinkan penulis dan untuk melakukan penelitian dan mengikuti kegiatan Kampus Merdeka.
9. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapatkan limpahan rahmat dan pahala dari Allah SWT. Aamiin.

Palembang, Agustus 2023

Penulis



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *branding sustainable tourism* yaitu *brand image*, *brand value*, dan *brand awareness* terhadap keputusan wisatawan mengikuti kegiatan *beach voluntrip*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengikuti kegiatan *beach voluntrip*. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* sebanyak 100 responden. Teknik analisis pengumpulan data melalui kuesioner dan dokumentasi. Analisis data diolah menggunakan program SPSS versi 25 dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, *brand value*, dan *brand awareness* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan wisatawan. Maka dapat disimpulkan dengan produk trip yang bermuatan *sustainable tourism* yaitu *beach voluntrip*, dapat menambah citra baik bagi PT. Gemilang Media Wisata.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Brand Value*, *Brand Awareness*, Keputusan Wisatawan

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of Branding sustainable tourism that is brand image, brand value, dan brand awareness both individually and as a whole on the decision to made by tourist ot take part in Beach Voluntrip activities.. The method used in this study is a descriptive method with a quantitative approach. The population in this study were tourists who following beach voluntrip activity. The sample was selected using purposive sampling method as many as 100 respondents. Data collection analysis techniques are through questionnaires, and documentation. Data analysis was processed using SPSS version 25 program with multiple linear regression analysis techniques. The results showed that brand image, brand value, dan brand awareness had a significant and positive effect on the tourists decision. The conclusion is that with trip products that contain sustainable tourism, namely beach volunteer trips, it can add to the good image of PT. Gemilang Media Wisata.

**Keywords:** Brand Image, Brand Value, Brand Awareness, Tourist Decision

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Praktis .....	7
1.5.2 Manfaat Teoritis .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 Teori <i>Branding</i> .....	9
2.1.1 <i>Brand Image</i> .....	9
2.1.2 <i>Brand Value</i> .....	11

2.1.3 <i>Brand Awareness</i> .....	12
2.2 <i>Sustainable Tourism</i> .....	13
2.3 <i>Volunteer Trip</i> .....	14
2.4 Teori Keputusan .....	14
2.6 Kerangka Berfikir .....	16
2.7 Hipotesis .....	16
2.8 Penelitian Terdahulu.....	17
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	20
3.2 Lokasi Penelitian .....	20
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	21
a. Data Primer .....	21
b. Data Sekunder .....	21
3.4 Populasi dan Sampel.....	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	22
a. Kuesioner (Angket).....	23
b. Dokumentasi .....	23
3.6 Skala Pengukuran .....	23
3.7 Instrumen Penelitian .....	24
3.8 Teknik Analisis Data .....	25
3.8.1 Analisis Data Deskriptif .....	25
3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik .....	25
3.8.3 Uji Hipotesis.....	26
3.8.4 Uji Uji Validitas .....	28
3.8.5 Uji Reliabilitas.....	29
3.8.6 Analisis Linier Berganda.....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	31
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	33

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .	34
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
4.1.3 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner.....	36
1. Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang	
<i>Brand Image</i> .....	36
a. Dimensi <i>Brand Attribute</i> .....	36
b. Dimensi <i>Brand Benefit</i> .....	37
c. Dimensi <i>Favourability of Brand</i> .....	37
d. Dimensi <i>Uniquenes of Brand</i> .....	38
2. Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang	
<i>Brand Value</i> .....	38
a. Dimensi <i>The Quality</i> .....	39
b. Dimensi <i>Balanced Price</i> .....	39
c. Dimensi <i>Satisfaction of Use</i> .....	40
d. Dimensi <i>Following Lifestyle Trends</i> .....	40
3. Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang	
<i>Brand Awareness</i> .....	41
a. Dimensi <i>Brand Recall</i> .....	41
b. Dimensi <i>Brand Recognition</i> .....	42
c. Dimensi <i>Purchase Decision</i> .....	42
d. Dimensi <i>Consumption</i> .....	43
4. Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang	
Keputusan Wisatawan .....	43
a. Dimensi Layanan yang Diberikan .....	44
b. Dimensi Destinasi .....	44
c. Dimensi Keamanan & Ketertiban.....	45
d. Dimensi Harapan Wisatawan .....	45
e. Dimensi Informasi yang Disampaikan .....	46
f. Dimensi Iklan yang Diberikan .....	46
4.1.4 Uji Asumsi Klasik .....	47

1. Uji Normalitas.....	47
2. Uji Multikolinearitas.....	47
3. Uji Heteroskedastisitas.....	48
4.1.5 Uji Instrumen Penelitian.....	49
1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas.....	50
4.1.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	51
4.1.7 Uji Regresi Linier Berganda.....	52
4.1.8 Uji Hipotesis.....	53
1. Uji t (Parsial).....	53
2. Uji F (Simultan).....	55
4.2 Pembahasan.....	56
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Wisatawan.....	56
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Value</i> Terhadap Keputusan Wisatawan.....	57
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Wisatawan.....	58
4.2.4 Pengaruh <i>Brand Image, Brand Value, dan Brand     Awareness</i> Terhadap Keputusan Wisatawan.....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Data Peserta Beach Voluntrip Tahun 2022 – 2023 .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Skala Likert .....	24
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian .....	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
Tabel 4.4 Dimensi <i>Brand Atribute</i> .....	36
Tabel 4.5 Dimensi <i>Brand Banefit</i> .....	37
Tabel 4.6 Dimensi <i>Favourability of Brand</i> .....	37
Tabel 4.7 Dimensi <i>Uniqueness of Brand</i> .....	38
Tabel 4.8 Dimensi <i>The Quality</i> .....	39
Tabel 4.9 Dimensi <i>Balanced Price</i> .....	39
Tabel 4.10 Dimensi <i>Satisfaction of Use</i> .....	40
Tabel 4.11 Dimensi <i>Following Lifestyle Trends</i> .....	40
Tabel 4.12 Dimensi <i>Brand Recall</i> .....	41
Tabel 4.13 Dimensi <i>Brand Recognition</i> .....	42
Tabel 4.14 Dimensi <i>Purchase Decision</i> .....	42
Tabel 4.15 Dimensi <i>Consumption</i> .....	43
Tabel 4.16 Dimensi Layanan yang Diberikan.....	44
Tabel 4.17 Dimensi Destinasi .....	44
Tabel 4.18 Dimensi Keamanan & Ketertiban .....	45
Tabel 4.19 Dimensi Harapan Wisatawan.....	45
Tabel 4.20 Dimensi Informasi yang Disampaikan.....	46
Tabel 4.21 Dimensi Iklan yang Diberikan .....	46
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	49

Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	50
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
Tabel 4.26 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.27 Hasil Uji t (Parsial) .....	53
Tabel 4.28 Hasil Uji F (Simultan).....	55



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 <i>World Sustainable Travelers</i> .....	2
Gambar 1.2 <i>Reason and Motivation to Joining a Sustainable Trip</i> .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	16
Gambar 4.1 P-Plot Uji Normalitas .....	47
Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Rekomendasi Ujian Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Izin Pengambilan Data dari PT.Gemilang Media Wisata
- Lampiran 3 : Lembar Kesepakatan Bimbingan dengan Pembimbing 1
- Lampiran 4 : Lembar Kesepakatan Bimbingan dengan Pembimbing 2
- Lampiran 5 : Lembar Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing 1
- Lampiran 6 : Lembar Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing 2
- Lampiran 7 : Rekapitulasi Data Hasil Jawaban Kuisisioner oleh Responden
- Lampiran 8 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 9 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 10 : Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t dan Uji F
- Lampiran 11 :  $r$ -tabel,  $t$ -tabel,  $F$ -tabel
- Lampiran 12 : Identitas Responden
- Lampiran 13 : Dokumentasi