

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *EVENT MARKETING*
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE *EVENT KAWS HOLIDAY* DI CANDI PRAMBANAN**

TUGAS AKHIR

DANDI DARMAWAN

203404516030



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *EVENT MARKETING* TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE *EVENT KAWS HOLIDAY* DI
CANDI PRAMBANAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

TUGAS AKHIR

Oleh:

DANDI DARMAWAN

203404516030



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

LEMBAR PENYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

PENGARUH BRAND IMAGE DAN EVENT MARKETUNG TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE *EVENT* KAWS HOLIDAY DI CANDI PRAMBANAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 29 Februari 2024



DANDI DARMAWAN

203404516030

LEMBAR PERSETUJUAN

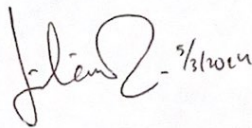
Judul Tugas akhir : **PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *EVENT MARKETING* TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE *EVENT KAWS HOLIDAY* DI CANDI PRAMBANAN**

Nama Mahasiswa : **DANDI DARMAWAN**

Nomor Pokok : **203404516030**

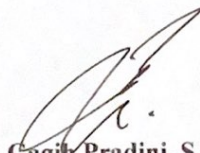
Program Studi : **PARIWISATA**

Menyetujui, Pembimbing Tugas Akhir



Liliana Dewi, S.S., MM.Par.

Mengetahui, Kepala Program Studi Pariwisata



Gagah Pradini, S.Par., M.M.

Jakarta, 29 Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas akhir : PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN
EVENT MARKETING TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG WISATAWAN KE *EVENT KAWS*
HOLIDAY DI CANDI PRAMBANAN

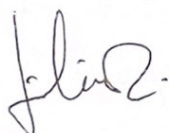
Nama Mahasiswa : DANDI DARMAWAN

Nomor Pokok : 203404516030

Program Studi : PARIWISATA

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Sidang Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional

Menyetujui, Pembimbing Tugas Akhir,

 5/3/2024

Liliana Dewi, S.S., MM.Par.

Ketua Penguji

Anggota Penguji



Anisa Putri Kusumaningrum, S.ST.Par., M.M.



Gagih Pradini, S.Par., M.M



Mengetahui, Dekan

Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.

Tanggal Daftar: 16 Februari 2024

Tanggal Lulus: 26 Februari 2024

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *EVENT MARKETING* TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE *EVENT KAWS HOLIDAY* DI CANDI PRAMBANAN

Oleh : Dandi Darmawan

NPM : 203404516030

Tugas akhir dibawah bimbingan Liliana Dewi, S.S., MM.Par.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *event marketing* terhadap minat berkunjung wisatawan ke event *KAWS holiday* di Candi Prambanan, secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi tidak langsung dan studi kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, uji measurement model (Outer model), dan uji struktural model (Inner model). Secara umum hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara brand image dan event marketing terhadap minat berkunjung wisatawan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa event marketing memberikan pengaruh paling besar terhadap minat berkunjung.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Event Marketing*, Minat Berkunjung

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND EVENT MARKETING ON TOURISTS' INTEREST IN VISITING THE KAWS HOLIDAY EVENT AT PRAMBANAN TEMPLE

By : Dandi Darmawan

NPM : 203404516030

The final assignment under the guidance of Liliana Dewi, S.S., MM.Par.

The research aims to find out the impact of brand image and event marketing on the interest of visitors to the KAWS holiday event in Candi Prambanan, simultaneously or partially. The research methods used are descriptive and verification methods. The sampling techniques used are probability samplings with a sample of as many as 100 respondents. The data collection techniques used are indirect observation and library study. The data analysis methods used are descriptive analysis, external model measurement testing, and structural model testing. (Inner model). In general, the results of this study show that there is a positive and significant influence between brand image and event marketing on the interests of visitors. So it can be concluded that event marketing gives the greatest influence on the interests of visitors.

Keywords: Brand Image, Event Marketing, Interest in Visiting

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Dandi Darmawan
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 29 Juli 2000
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Alamat : Kp. Kramat Rt.01 Rw.05 No.05 Kel.Cililitan Kramat Jati
5. No. Handphone : 087881145393
6. Agama : Islam
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. Email : dandidarmawan29@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2006 – 2012 : SDSN CILILITAN 01 PAGI
2. 2012 – 2015 : SMP AL-FATHIYAH
3. 2015 – 2018 : SMK PARIWISATA ADI LUHUR
4. 2020 – 2024 : UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, 12 Februari 2024

Dandi Darmawan

203404516030

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *EVENT MARKETING* TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE *EVENT KAWS HOLIDAY* DI CANDI PRAMBANAN”** dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun lainnya. Namun atas dukungan, Kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Kumba Didgowiseiso, S.e., M.App.Ec., Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Bapak Gagih Pradini, S.Par., M.M selaku Ketua Program Studi Pariwisata Universitas Nasional.
5. Ibu Liliana Dewi, S.S., MM.Par. selaku Dosen Pembimbing Saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Anisa Putri Kusumaningrum, S.ST.Par., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis Terimakasih atas bimbingan yang telah diberikan selama

masa perkuliahan penulis.

7. Seluruh Bapak Ibu Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh berkembang dalam proses belajar.
8. Kedua orang tuaku, Bapak dan Mama tercinta yaitu Bapak Zayadi dan Mama Saidah Terimakasih Doa, dukungan, cinta dan uang yang kalian berikan selama perkuliahan serta perjalanan penelitian ini hingga selesai.
9. Terimakasih juga buat adikku Dinda Aprilia, karna kaka mu yang belum selesai kuliah tepat kamu lulus SMK kamu rela mengorbankan waktu setahun untuk gapyear kuliah agar ekonomi orang tua kita tidak terbebani dengan mengkuliahkan 2 anaknya sekaligus.
10. Terimakasih buat Nanda Syilfitri yang telah menjadi bagian dalam keluh kesah, suka duka saya, dan selalu memberikan dukungannya, semangatnya dan motivasinya, menjadi pengingat dan menemani peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik mungkin.

Namun tidak lepas dari itu, peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karenanya, peneliti mengharapkan kiritik dan saran yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Semoga penyusunan skripsi ini bisa bermanfaat bagi peneliti pada khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Jakarta 12 Februari 2024

Dandi Darmawan
NIM : 203404516030

DAFTAR ISI

LEMBAR PENYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
BIODATA DIRI	vi
RIWAYAT PENDIDIKAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Teori yang Terkait dengan Variabel Penelitian.....	5
1. Pariwisata	5
2. Pengertian Event.....	7
3. Definisi Wisatawan	11
4. Brand Image	13
5. Event Marketing	16
6. Minat Berkunjung.....	19
B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	22
C. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian	24
D. Kerangka Analisis	30
E. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Objek Penelitian	32
B. Rencana dan Tahapan Penelitian	32
C. Data Penelitian	33
1. Sumber Data dan Jenis Data	33
2. Populasi dan Sampel.....	34

D.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	35
E.	Definisi Operasional Variabel	37
F.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	39
1.	Metode Analisis Deskriptif.....	39
2.	Uji Measurement Model (Outer Model).....	40
3.	Uji Structural Model (Inner Model).....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
A.	Hasil Penelitian.....	43
B.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		60
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN		1

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2. Rencana dan Tahapan Penelitian	33
Tabel 3. Skala Likert untuk Kuesioner	37
Tabel 4. Operasional Variabel.....	38
Tabel 5. Data Pengunjung Sebelum Event Kaws	44
Tabel 6. Data Pengunjung Selama Event Kaws.....	45
Tabel 7. Statistik Deskriptif	50
Tabel 8. Nilai Convergent Validity	52
Tabel 9. HTMT	53
Tabel 10. Fornell Lacker	53
Tabel 11. Cross Loading	54
Tabel 12. Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	55
Tabel 13. Uji Multikorelasi	55
Tabel 14. Hasil Pengujian R Square	56
Tabel 15. Hubungan Langsung	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Kunjungan Wisatawan Selama Event Kaws Holiday	3
Gambar 2. Kategori Special Event	9
Gambar 3. Kerangka Berpikir	30
Gambar 4. Grafik Usia Responden	46
Gambar 5. Grafik Jenis Kelamin Responden	47
Gambar 6. Grafik Pendidikan Responden	47
Gambar 7. Grafik Pekerjaan Responden	48
Gambar 8. Grafik Domisili Responden	49
Gambar 9. Grafik Nilai Convergent Validity	51
Gambar 10. Inner Model	57