

**PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI PANTAI SAMUDERA BARU
KARAWANG**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana – S1 program studi
Industri Pariwisata



Oleh :

Fajri Farhanul Hakim

2006181

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PARIWISATA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS SUMEDANG
2024**

LEMBAR HAK CIPTA

**PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP NIAT BERKUNJUNG
KEMBALI DI PANTAI SAMUDERA BARU KARAWANG**

Oleh

Fajri Farhanul Hakim

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Program Studi Industri Pariwisata

©Fajri Farhanul Hakim

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2024

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, di foto kopi, atau caralainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN
FAJRI FARHANUL HAKIM
PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP NIAT BERKUNJUNG
KEMBALI DI PANTAI SAMUDERA BARU KARAWANG

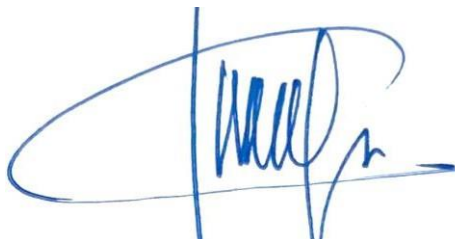
disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Dr. Irena Novarlia, M.Pd
NIP.198211232006042009


Pembimbing II



Dally Nur Arif, S.Pd, M.Pd
NIP.920200419900130101

Mengetahui,

Plt. Ketua Program Studi Industri Pariwisata



Prof. Dr. H. Yudha Munajat Saputra, M.Ed.
NIP. 196303121989011002

ABSTRAK
PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP NIAT BERKUNJUNG
KEMBALI DI PANTAI SAMUDERA BARU KARAWANG

Oleh

Fajri Farhanul Hakim

2006181

Pariwisata bagi sebagian besar individu merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihindarkan, kebutuhan hiburan mulai dari jalan-jalan ke berbagai tempat wisata, juga kuliner ke berbagai macam daerah di provinsi, salah satunya provinsi Jawa Barat yang memiliki 290 daya tarik wisata yang tersebar dalam 27 kota dan kabupaten. Dari sekian banyaknya daya tarik wisata yang terdapat di provinsi Jawa Barat di antaranya adalah kota dan kabupaten Karawang dengan memiliki potensi wisata yang beragam seperti: wisata alam, buatan, budaya, religi dan sejarah. Wisata alam yang terdapat di Kabupaten Karawang salah satunya yaitu Pantai Samudera Baru, Citra destinasi merupakan persepsi seseorang tentang produk, benda dan perilaku, serta peristiwa yang didorong oleh keyakinan, perasaan dan serangkaian tujuan dari suatu destinasi atau perjalanan wisata tertentu, citra destinasi mampu mempengaruhi wisatawan untuk niat berkunjung kembali. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali di Pantai Samudera Baru Karawang. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data penelitian diambil secara langsung menggunakan kuesioner terhadap 100 responden wisatawan Pantai Samudera Baru dengan teknik purposive sampling kemudian dianalisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan yaitu sebesar 62% terhadap niat berkunjung kembali, semakin baik citra destinasi maka akan semakin meningkat kunjungan wisatawan ke Pantai Samudera Baru Karawang. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali seperti variabel fasilitas, kualitas destinasi, dan atraksi wisata selain itu penelitian yang akan datang menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan hasil yang lebih bervariasi.

Kata Kunci: citra destinasi, niat berkunjung kembali, pariwisata

THE INFLUENCE OF DESTINATION IMAGE ON REVISIT INTENTION AT SAMUDERA BARU BEACH KARAWANG

By

Fajri Farhanul Hakim

2006181

Tourism for most individuals is an unavoidable need, entertainment needs ranging from traveling to various tourist attractions, as well as culinary delights in various regions in the province, one of which is West Java province which has 290 tourist attractions spread across 27 cities and district. Of the many tourist attractions in the province of West Java, one of them is the city and district of Karawang which has diverse tourism potential such as: natural, artificial, cultural, religious and historical tourism. One of the natural attractions in Karawang Regency is the new ocean beach. Destination image is a person's perception of products, objects and behavior, as well as events that are driven by beliefs, feelings and a series of goals for a particular destination or tourist trip. Destination image is able to influence tourists with the intention of visiting again. The aim of this research is to determine the influence of destination image on intention to revisit Karawang's new ocean beach. This research uses descriptive and verification analysis with a quantitative approach. Research data was taken directly using a questionnaire from 100 respondents from New Ocean Beach tourists using a purposive sampling technique and then analyzed using SPSS. The research results show that the image of the destination has a positive and significant influence, namely 62%, on the intention to visit again. The better the image of the dining destination, the more tourist visits to the new ocean beach Karawang will increase. It is hoped that future researchers can add other variables that can influence the intention to visit again, such as facility variables, destination quality and tourist attractions. Apart from that, future research will use qualitative methods to get more varied results.

Keyword: destination image, revisit intention, tourism.

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landan Teori	10
2.1.1 Citra Destinasi	10
2.1.2 Konsep Citra Destinasi	13
2.1.3 Komponen Citra Destinasi.....	13
2.1.4 Dimensi Citra Destinasi.....	13
2.2 Niat Berkunjung Kembali.....	14
2.3 Penelitian Terdahulu.....	16
2.4 Kerangka Berpikir	21
2.5 Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.2 Partisipan	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel	24
3.3.3 Teknik Sampling	24
3.4 Instrumen Kuesioner.....	25
3.4.1 Operasional Variabel.....	25

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4.3 Validitas dan Reliabilitas.....	27
3.4.4 Validitas.....	27
3.4.5 Reliabilitas.....	28
3.5 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.5.1 Uji Normalitas.....	29
3.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	29
3.6 Alur Penelitian.....	30
3.7 Analisis Data.....	31
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Temuan.....	32
4.2 Gambaran Pantai Samudera Baru.....	32
4.2.1 Gambaran Responden.....	34
4.2.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.2.1.2 Berdasarkan Usia.....	35
4.2.1.3 Berdasarkan Pendidikan.....	36
4.2.1.4 Berdasarkan Pekerjaan.....	36
4.2.1.5 Berdasarkan Sumber Informasi.....	37
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	37
4.2.2.1 Analisis Deskriptif Citra Destinasi.....	38
4.2.2.2 Analisis Niat Berkunjung Kembali.....	42
4.2.2.3 Analisis Verifikatif.....	46
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	47
4.2.3.1 Uji Heterokedastisitas.....	48
4.2.3.4 Uji Koefisien Determinasi Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali 50	
4.2.3.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	51
4.2.3.6 Uji F.....	52
4.2.3.7 Uji T.....	52
4.3 Pembahasan Pengaruh Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali di Pantai Samudera Baru Karawang.....	53
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI.....	56
5.1 Simpulan.....	56
5.2 Implikasi.....	57
5.3 Rekomendasi.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Pantai Samudera Baru Karawang	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Data Kunjungan Pantai Samudera Baru Karawang	23
Tabel 3.2 Operasional Variabel	26
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	27
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	36
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Sumber Informasi	37
Tabel 4.6 Interval Penafsiran Rata-Rata Skor Tanggapan Responden	38
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Citra Destinasi Afektif.....	38
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Citra Destinasi Kognitif.....	39
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Citra Destinasi Unik	40
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Citra Destinasi.....	41
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Keinginan untuk Berkunjung Kembali	42
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Keinginan untuk Mengundang.....	43
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Keinginan untuk Bercerita Positif.....	44
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Keinginan untuk Menempatkan Tujuan Kunjungan Prioritas.....	44
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Niat Berkunjung Kembali.....	45
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali	50
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	51
Tabel 4.20 Uji F	52
Tabel 4.21 Uji T.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Review</i> Pengunjung Pantai Samudera Baru Karawang	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 3. 1 Desain Penelitian	22
Gambar 4.1 Pantai Samudera Baru.....	34
Gambar 4.2 Rumah Makan Pantai Samudera Baru Karawang.....	34
Gambar 4.3 Garis Kontinum Kategorisasi Variabel Citra Destinasi Pantai Samudera Baru Karawang	41
Gambar 4.4 Garis Kontinum Kategorisasi Variabel Niat Berkunjung Kembali di Pantai Samudera Baru Karawang	46
Gambar 4.5 Grafik Normal Probability Plot	48
Gambar 4.6 Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas.....	49

DAFTAR PUSTAKA

- Adenisa Aulia Rahma. 2020. "Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia ." *Jurnal Nasional Pariwisata*.
- Ahmad Ab. 2019. "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Intensi Wisatawan Berkunjung Kembali d Destinasi Sulawesi."
- Anggraeni , Putu Winda Putri , Made Antara , dan Ni Putu Ratna Sari . 2022. "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Yang Dimediasi Oleh Memorable Tourism Experience ."
- Ardiwidjaja. 2019. *Potensi Dan pengembangan Objek Daya Tarik Wisata*.
- Ari Kadi , Dian Ciraningtyas , Hari Purwanto , dan Brilianne Rose Vonseica. 2021. "Pengaruh Destination Image Terhadap Revisit Intention dan Intention to Recomend Melalui Satisfaction Sebagai Variabel Intervening."
- Audya Shifa Alifiana . 2023. "Analisis Pengaruh Kualitas Destinasi dan Citra Destinasi Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Yang Dimediasi Oleh Persepsi Bermakna ."
- Candra , Yuni, Ersya Mayora , dan Hafrizal Okta Ade Putra . 2019. "Analisis Faktor Revisit Intention Wisnun di Kawasan Jembatan Akar Kabupaten Pesisir Selatan ."
- Candra Wahyu . 2021. "Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang."
- Dimitrios Styliadis. 2017. "Destination Image , On-Site Experience, and Behavioral Intention: Pathways to Loyalty."
- Fadiryana , Nelly Agustin , dan Syafruddin Chan . 2019. "Pengaruh Destination Image dan Tourist Experience Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Perceived Valuepada Destinasi Wisata Halal di Kota Banda Aceh."
- Google Maps. 2024. *Googlemaps.com*. 15 05. Diakses 07 02, 2024. https://maps.app.goo.gl/gzewZqkmgVPANKmr5?g_st=com.google.maps.preview.copy.
- Hidaya, dan Candra Wahyu. 2021. "Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi, dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang." *Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi, dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang*.

- Keith, Yong Ngee. 2022. "Effects of organizational culture, affective commitment and trust on knowledge-sharing tendency." *Journal of Knowledge Management* .
- Kevin, wawancara oleh Detinasi Pariwisata. , 2023. *Wawancara Pariwisata Karawang* (17 November).
- Krisnan . 2021. *Pengertian Metode Kuantitatif Menurut Para Ahli* . 22 Maret. Diakses Juli 30 , 2023. <https://meenta.net/metode-kuantitatif/>.
- Muhatini, Ajeng Afifah, Oman Sahroni, Septi Dwi Rahmawati , Tanti Febrianti , dan Isnaini Mahuda. 2021. "Analisis Peramalam Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Menggunakan Metode Regresi Linear Sederhana."
- Mulyadi, dan *et al.* 2018. "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali." *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali*.
- Nata, wawancara oleh Nata. , 2024. *Data Kunjungan Pantai Samudera Baru Karawang* (Rabu Agustus).
- Nilda Miftahul Janna . 2021. "Konsep Uji Validitas dan Reabilitas Dengan Menggunakan SPSS ."
- Noerhanifati , Sabila , Dientje Griandini , dan Terrylana Arvinta Monoarfa . 2020. "Pengaruh Citra Destinasi Wisata dan Pengalaman Berwisata Terhadap Intensi Mengunjungi Kembali Pada Wisatawan Objek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong Kabupaten Pandeglang ."
- Novrianda , Herry , dan Aan Shar. 2022. "Kepuasan Wisatawan Dari Perspektif Citra Destinasi."
- Nur Hidayat , Taufik Tri, dan Maskuri Sutomo . 2017. "Pengaruh Aksesibilitas dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Tambing."
- Nurhayati , Nendeh , R Deni Muhammad Danial , dan Asep M Ramdan. 2019 . "Peran Citra Destinasi Dalam Meningkatkan Niat Wisatawan Beekunjung Kembali ."
- Pemda Karawang. 2022. *Peta Administrasi Kabupaten Karawang*. Karawang: Pemda Karawang.
- Prakasa, Adi Bima. 2022. "Pengaruh Citra Destinasi dan Pengalaman Wisata Terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Kawah Putih Bandung." *Library Unikom*.
- Sappewali, Andy Emmywati, Haeruddin saleh, dan Seri Suriani. 2022. "Analisis dan Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan."

- Songshan Sam, Huang, dan Cathy H.C. 2017. "Effect of Travel Motivation Past Experience Perceived Constraint and Attitude on Revisit Intention." *SageJournal*.
- Stylos, Nikolaos, Chris a Vassiliadis, dan Victoria Bellou. 2016. "Destination Images, Holistic Image and Personal Normative Beliefs: Predictors of Intention To Revisit a Destination."
- Susanto, Budi , dan Nursamsu. 2020. "Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Desa Wisata Selo Park Nganjuk." *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Desa Wisata Selo Park Nganjuk*.
- Susanto, dan Nursamsu. , 2020. "Definisi Pariwisata." *Definisi Pariwisata*.
- Suwarduki , Puspa Ratnaningrum , Edy Yulianto , dan M Kholid Mawardi . 2016. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Berkunjung ."
- Tan dan Wu. 2019. "An investigation of the relationships among destination familiarity, destination image and future visit intention."
- Tasci. 2020. "The role of destination image in shaping tourist destination loyalty: Evidence from the tourism industry in Çeşme, Turkey."
- Utama, I Putu Hari Budi, dan I Gusti Ayu Ketut Giantara . 2020. "Peran Citra Destinasi Memediasi Pengaruh E-Worm Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan."
- Wibowo, Setyo Ferry, Adnan Sazali, dan Agung Krenamurti Rivai P. 2016. "The Influence of Destination Image and Tourist Satisfaction Toward Revisit Intention of Setu Babakan Betawi Cultural Village." *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* .
- Wulanjani, dan Derriawan. 2019. "Definisi Minta Berkunjung Kembali (Revisit Intention)."
- Yuniawati , Yeni , dan Ajeng Dewi Indriyani Finardi . 2016 . "Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu ."