

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang Pengaruh *City Branding* “Jogja Istimewa” terhadap minat kunjung wisatawan ke Kota Jogja. Ditinjau dari Aspek *City Branding* “Jogja Istimewa” dari aspek *City Branding* dan minat kunjung wisatawan. Menggunakan variabel bebas yaitu *Presence* (kehadiran), *Place* (tempat), *Potential* (potensial), *People* (orang / masyarakat), *Pulse* (semangat), *Prerequisite* (prasyarat) dan variabel terikat yaitu Minat Kunjung Wisatawan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden. Dalam penelitian ini penulis menganalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS statistic 26.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dilanjutkan dengan olah data SPSS kemudian dianalisis. Dari penelitian yang sudah dilakukan sesuai data yang diperoleh, maka disimpulkan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *City branding* adalah usaha untuk mempermudah pemilik kota untuk memperkenalkan kota ke target pasar terdiri dari beberapa variabel yaitu *Presence* (kehadiran), *Place* (tempat), *Potential* (potensial), *People* (orang / masyarakat), *Pulse* (semangat), *Prerequisite* (prasyarat). *City branding* juga berfungsi untuk mengkonsolidasikan dan memperkuat memori yang menyenangkan dari pengalaman

wisata, guna menciptakan sebuah citra yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen terhadap kunjungan ke suatu wisata.

2. Nilai koefisien determinasi (R) sebesar 0.463 hal ini berarti variabel *Presence* (kehadiran), *Place* (tempat), *Potential* (potensial), *People* (orang / masyarakat), *Pulse* (semangat), *Prerequisite* (prasyarat) secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap variabel keputusan wisatawan (Y) sebesar 46,3%. Sedangkan sisanya sebesar 53,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Berdasarkan uji F, pengambilan keputusan nilai F hitung (15.071) > F tabel (2.20) dan nilai sig (0.000) < (0.05) maka H_0 diterima yang berarti variabel *Presence* (kehadiran), *Place* (tempat), *Potential* (potensial), *People* (orang / masyarakat), *Pulse* (semangat), *Prerequisite* (prasyarat) secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
4. Berdasarkan hasil uji t variabel *Presence* (kehadiran) memperoleh nilai t hitung lebih kecil dari t table yaitu $0.995 < 1.984$ dengan nilai signifikansi $0.032 > 0.05$ sehingga dapat diartikan bahwa variable *Presecence* (Kehadiran) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat kunjung wisatawan ke Kota Jogja. *Potential* (potensi) memperoleh nilai t hitung lebih besar dari t table yaitu $2.171 > 1.984$ dengan nilai signifikansi $0.032 < 0.05$ dapat diartikan bahwa variable *Potensial* (potensi) berpengaruh dan signifikan terhadap minat

kunjung wisatawan ke Kota Jogja. *Place* (tempat) memperoleh nilai t hitung lebih besar dari t table yaitu $2.760 > 1.984$ dengan nilai signifikansi 0.007 , maka nilai signifikansi $0.007 < 0.05$ dapat diartikan bahwa variabel *Place* (tempat) berpengaruh dan signifikan terhadap minat kunjung wisatawan ke Kota Jogja. *People* (orang) memperoleh nilai t hitung lebih besar dari t table yaitu $2.650 > 1.984$ dengan nilai signifikansi 0.009 , maka nilai signifikansi $0.009 < 0.05$ dapat diartikan bahwa variabel *People* (orang) berpengaruh dan signifikan terhadap minat kunjung wisatawan ke Kota Jogja. *Pulse* (semangat) memperoleh nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $0.771 < 1.984$ dengan nilai signifikansi 0.443 , maka nilai signifikansi $0.443 > 0.05$ dapat diartikan bahwa variabel *Pulse* (semangat) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat kunjung wisatawan ke Kota Jogja. *Prerequisite* (persyaratan) memperoleh nilai t hitung lebih besar dari t table yaitu $2.696 > 1,984$ dengan nilai signifikansi 0.008 , maka nilai signifikansi $0.008 < 0.05$ dapat diartikan bahwa variabel *Prerequisite* (persyaratan) berpengaruh dan signifikan terhadap minat kunjung wisatawan ke Kota Jogja. Diketahui bahwa variabel *Prerequisite* (persyaratan) merupakan variabel yang paling berpengaruh / dominan terhadap minat kunjung wisatawan ke Kota Jogja. Hal ini dikarenakan variabel *Prerequisite* (persyaratan) memiliki nilai koefisien beta paling tinggi yaitu sebesar 0.418 dibandingkan dengan variabel lainnya. Membuktikan bahwa minat

kunjung wisatawan menyukai Kota Jogja dikarenakan memiliki potensi kota yang baik untuk ditinggali karena pemenuhan akomodasi yang disediakan, serta kemudahan akses pemenuhan kebutuhan seperti infrastruktur yang baik dan lain-lain.

B. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian ini diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel penelitian lainnya seperti melanjutkan atau direkomendasikan untuk meneruskan dan mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lainnya yang dapat mempengaruhi atau mendukung minat kunjung wisatawan ke kota Yogyakarta.
2. Bagi pihak pengelola Dispar Kota Jogja, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan atau menunjukkan bahwa *city branding* “Jogja Istimewa” berkontribusi dalam menarik minat kunjung wisatawan ke Kota Jogja. Hal ini yang perlu diperhatikan pengelola perlu mempertahankan dan meningkatkan keaktifan dalam membangun Kota Jogja yang istimewa di sistem masyarakatnya maupun keterbukaan untuk wisatawan yang memiliki minat kunjung ke Kota Jogja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta.
- Go, Frank M. & Robert Govers [eds]. (2010). *International Place Branding Yearbook 2010: Place Branding in the New Age of Innovation*. New York: Palgrave Macmillan.
- Govers, Robert & Frank Go. (2009). *Place Branding Glocal, Virtual, and Physical Identities: Constructed, Imagined, and Experienced*. England: Palgrave Macmillan
- Kolb and Bonita M, 2006 *Tourism Marketing for Cities And Towns: Using Branding and Event To Attract Tourist*, Butterworth- Heinemann, Burlington, hlm 10.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi Ketiga Belas* Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Alih bahasa : oleh Adi Zakaria Afiff. Edisi Tujuh. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan kesebelas. Jilid 2. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan kesebelas. Jilid 2. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. and Kevin Lane Keller. 2006. *Marketing Management 12 th. Edition Person International Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip. and Kevin Lane Keller. 2006. *Marketing Management 12 th. Edition Person International Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa: oleh Bob Sabran, M.M. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Mila Gasco- Hernandez and Terasa Torres-Coronas, 2009, *Information Communication for Cities Around the World*, New York Information Science, New York hl., 27

Oka A. Yoeti. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Implementasi*. Penerbit Kompas. Jakarta.

Payangan, O. R. (2013). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.

Pitana G dan Diarta KS (2009) *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
Santosa. (2018). *Statistik Hospitalitas*. Yogyakarta. Deepublish

Sinaga, D. (2014). *Buku Ajar Statistik Dasar*. Jakarta: Uki Press

Siregar. Syofian. 2014. *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suwena, I. K., Widyatmaja, I. G. N., & Atmaja, M. J. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University Press.

Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media.

Peraturan Pemerintah

Undang-Undang RI Nomor 10 Tentang Kepariwisataaan. (2009). Jakarta.

Jurnal/Skripsi

Ali Soltani, Johannes Pieters, Janette Young & Zhaohong Sun. (2017). Exploring city branding strategies and their impacts on local tourism success, the case study of Kumamoto Prefecture, Japan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. ISSN: 1094-1665 (Print) 1741-6507 (Online) Journal homepage: <http://www.tandfonline.com/loi/rapt20>

Boy Syahbana, et.al. (2014). *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta Selatan: Makna Informasi

Lestari, R. B. (2016). *Membangun Citra Sebuah Kota Dalam Persaingan Global Melalui City Branding*, Volume 5, No. 2. Pp:68–79

Analisis City Branding “Jogja Istimewa” dalam Memasarkan Daerah Yogyakarta
The Analysis of Jogja Istimewa’s City Branding in Promoting Region of
Yogyakarta | Martha Dwi Wahyudi, Dr. Anne Ratnasari, M.Si. Prodi Ilmu
Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam
Bandung

Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung
Kembali Siti fatimah, Politeknik API Yogyakarta

KONSEP CITY BRANDING SEBUAH PENDEKATAN “THE CITY BRAND
HEXAGON” PADA PEMBENTUKAN IDENTITAS KOTA Adhiimsyah
Luthfi, Aldila Intaniar Widyaningrat Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember (jurnal)

Yuli, A. (2011). City Branding Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata
Ditinjau Dari Aspek Hukum Merek (Studi Kasus City Branding Daerah
Istimewa Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata Unggulan Di
Indonesia. Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum QISTI, 5(1), 50–68.

Yusuf Adam Hilman dan Krisna Megantari. (2018) MODEL CITY BRANDING
SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN PARIWISATA LOKAL
PROVINSI JAWA TIMUR

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 821/Q.AMPTA/V/2023 27 Mei 2023
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

Yth. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta
Jalan Suroto No. 11, Kotabaru, Kecamatan Gondokusuman
Kota Yogyakarta

Dengan Hormat,

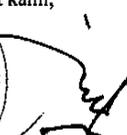
Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 29 Mei 2023 sampai dengan tanggal 28 Juni 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Zahra Nurhaliza
No. Induk Mahasiswa : 519101178
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :

Pengaruh City Branding "Jogja Istimewa" terhadap Minat Kunjung Wisatawan ke Kota Jogja (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Ketua

Drs. Prihatno, M.M.

Lampiran 2 Surat Balasan Tempat Penelitian



PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA
DINAS PARIWISATA

เมืองมา-กัปีลีมาเขต

Jl. Suroto No. 11 Yogyakarta Kode Pos : 55224 Telp. (0274) 588025,
515865, 562682 Fax (0274) 588025
EMAIL: pariwisata@jogjakota.go.id
HOTLINE SMS: 08122780001 HOTLINE EMAIL: upik@jogjakota.go.id
WEBSITE: www.jogjakota.go.id

SURAT KETERANGAN
NOMOR : 070/497/VII/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muh. Zandaru Budi Purwanto, ST., M.Sc
NIP : 197505051999031008
Pangkat/Gol : Pembina Tingkat I-IV/b
Jabatan : Sekretaris Dinas

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Zahra Nurhaliza
NIM : 519101178
Jurusan : Pariwisata
Universitas : Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta
Judul Skripsi : Pengaruh City Branding "Jogja Istimewa" terhadap Minat Kunjung
Wisatawan ke Kota Jogja

benar-benar telah melaksanakan kegiatan penelitian dan pengumpulan data pada institusi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta pada periode 29 Mei s.d 28 Juni 2023 guna memenuhi penyusunan skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

An. K E P A L A
S E K R E T A R I S

Muh. Zandaru Budi Purwanto, S.T., M.Sc.
NIP. 197505051999031008



SEGORO AMARTO
SEMANGAT GOTONG ROYONG AGAWE MAJUNE NGAYOGYAKARTA
KEMANDIRIAN – KEDISIPLINAN – KEPEDULIAN – KEBERSAMAAN

Lampiran 3 Kuesioner

KUESIONER

Responden Yth,

Saya Zahra Nurhaliza, mahasiswi jurusan S1 Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **(Pengaruh *City Branding* “Jogja Istimewa” Terhadap Minat Kunjung Wisatawan ke Kota Jogja)**, maka saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi angket guna mencari data berkaitan dengan judul tersebut.

Jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i akan sangat membantu keberhasilan penelitian yang sedang dilakukan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kesediaan, kesungguhan dan kejujuran Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab setiap pertanyaan. Saya sangat menghargai setiap jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan dan akan tetap dijaga kerahasiaannya. Hasil dari angket ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian.

atas ketersediaan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

A. Profil Responden

Petunjuk Pengisian : Berikan tanda checklist (✓) atau tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang ada :

Nama :

Email :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia anda saat ini : < 18 tahun 25 - 30 tahun

18 - < 25 tahun > 30 tahun

Daerah Asal :

Apakah anda mengetahui *tagline* “Jogja Istimewa”?

Tahu Tidak tahu

Sebutkan dimana anda mendapat info tersebut

- Pameran Internet Media Cetak
 Event Brand Ambassador Iklan
 lainnya (sebutkan).....

Pekerjaan utama Anda :

- PNS Karyawan Wiraswasta
 Pelajar/Mahasiswa Lainnya (sebutkan).....

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isi data diri Anda sebelum melakukan pengisian kuesioner
2. Berikut ini alternatif pilihan jawaban tersedia, yaitu :

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Pilihlah dan beri tanda Check list (✓)

No.	PERNYATAAN	PENILAIAN			
		SS	S	TS	STS
A. Presence (Kehadiran)					
1.	Kota Jogja dikenal dengan kota kebudayaan				
2.	Branding Kota Jogja adalah Jogja Istimewa menggambarkan Keistimewaan budaya yang seirama				

	dengan Kasultanan Ngayogyakarta				
3.	Keistimewaan Kota Jogja tergambar dengan kehidupan sosial, kesenian, upacara adat, dan pemikiran masyarakatnya				
<i>B. Potential (Potensi)</i>					
4.	Kota Jogja memberikan peluang kepada industri kreatif dan UMKM				
5.	Kota Jogja merupakan lokasi yang bagus untuk membuka bisnis di industri jasa maupun UMKM				
6.	Kota Jogja memberikan ruang forum-forum diskusi terbuka untuk masyarakatnya				
7.	Kota Jogja memiliki berbagai macam literatur yang mudah diakses				
8.	Kota Jogja juga dikenal dengan kota Pelajar/Pendidikan yang memiliki berbagai Perguruan Tinggi Negeri maupun Swasta				
<i>C. Place (Tempat)</i>					
9.	kota jogja memiliki destinasi wisata yang lengkap dari pantai sampai gunung				
10.	Kota Jogja merupakan wilayah yang strategis karena berada di tengah Pulau Jawa				
11.	Kota Jogja memiliki Tata Kota yang Indah				
<i>D. People (Masyarakat/Orang)</i>					
12.	Penduduk Kota Jogja Ramah				

13.	Mudah masuk ke dalam komunitas masyarakat kota Jogja untuk berbagi budaya atau bahasa mereka				
14.	Menurut apa yang Saya rasakan, Saya cukup aman dan betah berada lama-lama di kota Jogja				
E. <i>Pulse</i> (Semangat)					
15.	Masyarakat Kota Jogja memiliki gaya hidup sederhana dan berbudaya				
16.	Kota Jogja memiliki karakter Berbudaya, Maju, Mandiri dan Sejahtera				
17.	Kota Jogja menarik untuk dikunjungi dalam jangka pendek.				
18.	Kota Jogja menarik sebagai tempat menetap dalam jangka panjang				
F. <i>Prerequisite</i> (Prasyarat)					
19.	Mudah mendapatkan angkutan umum di Kota Jogja				
20.	Mudah menemukan kebutuhan pokok di Kota Jogja				
G. Minat Kunjung					
21.	Mudah menemukan pelayanan kesehatan dan gedung pendidikan di Kota Jogja				
22.	<i>Branding "Jogja Istimewa"</i> sesuai dengan harapan ketika berada di Kota Jogja				
23.	<i>Branding "Jogja Istimewa"</i> mencerminkan keseluruhan kualitas Kota Jogja mulai dari kebudayaan dan pariwisatanya.				

24.	Kemudahan dalam mengakses informasi mengenai “ <i>Jogja Istimewa</i> ”				
25.	Kota Jogja menjadi Preferensi Kota Wisata utama dan kebudayaan di Pulau Jawa				

Lampiran 4 Tabulasi Data

X20	TOTAL X6	X21	X22	X23	X24	X25	TOTAL Y
2	5	4	3	3	3	3	16
2	6	4	4	4	4	4	20
1	5	3	4	3	4	3	17
4	8	4	4	4	4	4	20
3	6	4	4	3	3	3	17
2	6	4	4	4	4	3	19
3	5	3	4	4	4	4	19
3	6	3	3	4	4	3	17
3	6	3	3	3	3	3	15
3	6	3	3	3	3	3	15
1	5	3	2	3	3	3	14
2	4	3	3	4	4	3	17
3	7	4	3	3	4	4	18
3	6	4	4	4	4	4	20
3	6	3	3	3	3	3	15
4	8	4	4	4	4	4	20
3	6	3	3	3	3	3	15
3	6	3	3	3	3	3	15
3	6	3	3	2	2	3	13
4	7	4	3	3	3	3	16
3	6	3	3	3	4	2	15
3	6	4	4	3	3	3	17
2	6	4	3	3	3	3	16
1	3	3	3	1	2	1	10
2	4	3	2	3	4	4	16
4	8	4	4	4	4	4	20
3	6	3	3	3	3	3	15
3	6	3	3	3	3	3	15
3	6	3	3	3	3	3	15
4	8	4	4	4	4	3	19
4	8	4	4	4	4	4	20
4	8	4	4	4	4	4	20
4	7	3	4	4	4	4	19
2	4	4	3	4	4	4	19

3	6	4	3	4	3	3	17
4	7	3	4	4	3	4	18
3	6	3	3	3	3	3	15
4	8	3	3	3	3	3	15
3	6	3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	4	3	3	16
4	8	4	4	4	4	4	20
2	6	3	3	4	4	2	16
3	5	3	3	3	3	3	15
4	7	3	4	3	4	3	17
2	4	4	4	3	3	3	17
4	8	4	4	4	4	4	20
3	7	3	2	4	4	4	17
3	5	3	3	3	3	3	15
3	6	3	3	3	3	3	15
3	6	3	3	3	3	4	16
3	6	4	4	4	4	3	19
3	5	3	3	3	3	4	16
4	8	4	4	4	4	4	20
3	5	3	3	3	4	3	16
4	8	3	3	4	4	3	17
3	6	3	3	3	3	3	15
3	6	3	2	3	3	3	14
3	6	3	3	3	4	4	17
4	7	4	3	4	4	4	19
3	5	4	4	4	3	4	19
2	6	3	3	3	3	3	15
3	6	3	3	3	3	3	15
3	6	3	3	3	3	3	15
1	3	3	3	2	4	3	15
3	7	3	3	4	3	4	17
3	7	4	3	3	3	3	16
3	7	3	3	4	4	3	17
3	6	3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	3	3	3	15
3	6	3	3	3	3	3	15
3	5	4	4	3	3	3	17

3	7	4	3	3	3	3	16
4	8	4	4	4	4	4	20
3	6	3	3	3	3	3	15
2	5	3	3	3	3	3	15
2	6	4	4	3	4	4	19
3	6	3	3	4	4	4	18
3	6	3	3	3	3	3	15
2	5	3	3	3	3	3	15
3	7	4	4	4	4	4	20
2	6	3	3	4	4	3	17
4	8	4	4	4	4	4	20
3	6	3	3	4	4	3	17
2	4	3	3	3	3	3	15
3	7	4	4	3	4	3	18
2	5	3	3	3	3	3	15
4	8	4	4	4	4	4	20
4	8	3	3	3	3	3	15
3	7	3	3	4	3	3	16
3	5	4	3	3	4	3	17
3	7	4	3	4	3	4	18
3	6	3	3	3	3	3	15
2	5	3	2	3	3	3	14
3	6	3	3	3	3	3	15
3	7	3	3	3	4	3	16
3	6	3	3	3	3	3	15
2	5	3	2	3	3	3	14
4	7	4	3	3	3	3	16
3	5	3	3	3	3	3	15

Lampiran 5 Hasil Olah Data SPSS

Hasil Uji Validitas *Presence* (kehadiran) X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1TOT
X1.1	Pearson Correlation	1	.585**	.247	.800**
	Sig. (2-tailed)		.001	.189	.000
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.585**	1	.272	.841**
	Sig. (2-tailed)	.001		.147	.000
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.247	.272	1	.638**
	Sig. (2-tailed)	.189	.147		.000
	N	30	30	30	30
X1TOT	Pearson Correlation	.800**	.841**	.638**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas *Potential* (potensi) X2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2TOT
X2.1	Pearson Correlation	1	.168	.349	1.000**	.442*	.787**
	Sig. (2-tailed)		.375	.059	.000	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.168	1	.600**	.168	.465**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.375		.000	.375	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.349	.600**	1	.349	.703**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.059	.000		.059	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	1.000**	.168	.349	1	.442*	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.375	.059		.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.442*	.465**	.703**	.442*	1	.807**
	Sig. (2-tailed)	.014	.010	.000	.014		.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2TOT	Pearson Correlation	.787**	.623**	.788**	.787**	.807**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas *Place* (tempat) X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3TOT
X3.1	Pearson Correlation	1	.744**	.632**	.874**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.744**	1	.732**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.632**	.732**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
X3TOT	Pearson Correlation	.874**	.912**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas *People* (orang/masyarakat) X4

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4TOT
X4.1	Pearson Correlation	1	.454*	.404*	.809**
	Sig. (2-tailed)		.012	.027	.000
	N	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.454*	1	.419*	.746**
	Sig. (2-tailed)	.012		.021	.000
	N	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.404*	.419*	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.027	.021		.000
	N	30	30	30	30
X4TOT	Pearson Correlation	.809**	.746**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas *Pulse* (semangat) X5

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5TOT
X5.1	Pearson Correlation	1	.397*	.538**	.266	.765**
	Sig. (2-tailed)		.030	.002	.155	.000
	N	30	30	30	30	30
X5.2	Pearson Correlation	.397*	1	.400*	.308	.634**
	Sig. (2-tailed)	.030		.029	.097	.000
	N	30	30	30	30	30
X5.3	Pearson Correlation	.538**	.400*	1	.834**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.002	.029		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X5.4	Pearson Correlation	.266	.308	.834**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.155	.097	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
X5TOT	Pearson Correlation	.765**	.634**	.903**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Prerequisite (persyaratan) X6

Correlations

		X6.1	X6.2	X6TOT
X6.1	Pearson Correlation	1	.145	.681**
	Sig. (2-tailed)		.444	.000
	N	30	30	30
X6.2	Pearson Correlation	.145	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.444		.000
	N	30	30	30
X6TOT	Pearson Correlation	.681**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Minat Kunjung (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	YTOT
Y1	Pearson Correlation	1	.585**	.400*	.308	.405*	.661**
	Sig. (2-tailed)		.001	.029	.097	.026	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.585**	1	.503**	.410*	.313	.707**
	Sig. (2-tailed)	.001		.005	.025	.093	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.400*	.503**	1	.834**	.693**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.029	.005		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.308	.410*	.834**	1	.600**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.097	.025	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.405*	.313	.693**	.600**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.026	.093	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
YTOT	Pearson Correlation	.661**	.707**	.899**	.827**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas *Presence* (kehadiran) X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	30.0
	Excluded ^a	70	70.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.640	3

Hasil Uji Reliabilitas *Potential* (potensi) X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	30.0
	Excluded ^a	70	70.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	5

Hasil Uji Reliabilitas *Place* (tempat) X3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	30.0
	Excluded ^a	70	70.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	3

Hasil Uji Reliabilitas *People* (orang/masyarakat) X4

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.6	3

Hasil Uji Reliabilitas *Pulse* (semangat) X5

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.531	4

Hasil Uji Reliabilitas *Prerequisite* (persyaratan) X6

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.613	2

Hasil Uji Reliabilitas *Minat Kunjung* (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.645	5

Uji Regresi Linier berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.039	2.384		-.436	.664
	kehadiran (X1)	.181	.182	.079	.995	.322
	potensi (X2)	.258	.119	.184	2.171	.032
	tempat (X3)	.356	.129	.228	2.760	.007
	Masyarakat (X4)	.389	.147	.245	2.650	.009
	Semangat (X5)	.095	.124	.071	.771	.443
	Persyaratan (X6)	.418	.155	.243	2.696	.008

a. Dependent Variable: Minat Kunjung (Y)

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.039	2.384		-.436	.664
	kehadiran (X1)	.181	.182	.079	.995	.322
	potensi (X2)	.258	.119	.184	2.171	.032
	tempat (X3)	.356	.129	.228	2.760	.007
	Masyarakat (X4)	.389	.147	.245	2.650	.009
	Semangat (X5)	.095	.124	.071	.771	.443
	Persyaratan (X6)	.418	.155	.243	2.696	.008

a. Dependent Variable: Minat Kunjung (Y)

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199.187	6	33.198	15.071	.000 ^b
	Residual	202.652	92	2.203		
	Total	401.838	98			

a. Dependent Variable: Minat Kunjung (Y)

b. Predictors: (Constant), Persyaratan (X6), kehadiran (X1), tempat (X3), potensi (X2), Semangat (X5), Masyarakat (X4)

Uji R Square

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.463	1.484

a. Predictors: (Constant), Persyaratan (X6), kehadiran (X1), tempat (X3), potensi (X2), Semangat (X5), Masyarakat (X4)

Lampiran 6 Dokumentasi



Permintaan izin penelitian ke Dinas Pariwisata Kota Jogja



Logo Jogja Istimewa di Kedai Ice Cream terkenal di Jogja



Baliho City Branding Jogja Istimewa di Jalan

Lampiran 7 Lembar Bimbingan



NAMA MAHASISWA : Zahra Nurhaliza
 NO. MAHASISWA : 519101178
 JUDUL PENELITIAN : Pengaruh City Branding "JOGJA ISTIMEWA" terhadap Minat Kunjung Wisatawan ke Kota Jogja (The Influence of City Branding "JOGJA ISTIMEWA" on Tourist Interest to Visit Yogyakarta City)

NAMA PEMBIMBING I : DRS. SANTOSA, MM

NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	8/9/2023	R. moralitas / tipografi	
2		Kemungkinan	
3		Faktor / analisis	
4		branding moralitas	
5		formasi	
6		- Pondasi	
7		- Renda	
8		- Para	
9		- Lantai	
10	16/9/2023	prolog / def photo	

NAMA PEMBIMBING II : SAHLIT SUGESTI, S.ST., MM.

NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	13/09/23	Marginal (area samping)	
2		Sumber diberi (halaman)	
3		Perubahan Penulisan terdulu	
4		Kata miring	
5		halaman (tata letak / format)	
6	16/09/23	Rata kiri	
7		Kata asing	
8		Kata miring	
9		Sumber diberi	
10		halaman	



NAMA MAHASISWA : Zahra Nurhaliza
 NO. MAHASISWA : 519101178
 JUDUL PENELITIAN : Pengaruh City Branding "JOGJA ISTIMEWA" terhadap Minat Kunjung Wisatawan ke Kota Jogja (The Influence of City Branding "JOGJA ISTIMEWA" on Tourist Interest to Visit Yogyakarta City)

NAMA PEMBIMBING I : DRS. SANTOSA, MM

NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	21/9/2023	Kemungkinan	
2		moralitas	
3		def konsep &	
4		penulisan	
5		Sampel / respon	
6		konstruksi	
7		/ Isbat konteks	
8	26/9/2023	penulisan data	
9		lele lagi	
10	26/9/2023	analisis data	

para ahli ke
 para ahli ke

NAMA PEMBIMBING II : SAHLIT SUGESTI, S.ST., MM.

NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	05/09/23	Abstrak, kata asing	
2		Kesimpulan	
3			
4	27/09/23	Ace	
5		gray again	
6			
7			
8			
9			
10			



NAMA MAHASISWA : Zahra Nurhaliza

NO. MAHASISWA : 519101178

JUDUL PENELITIAN : Pengaruh City Branding "JOGJA ISTIMEWA" terhadap Minat Kunjung Wisatawan ke Kota Jogja (The Influence of City Branding "JOGJA ISTIMEWA" on Tourist Interest to Visit Yogyakarta City)

NAMA PEMBIMBING I : DRS. SANTOSA, MM

NAMA PEMBIMBING II : SAHLIT SUGESTI, S.ST., MM.

NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	4/3/23	penyusunan laporan	hs
2	12/3/23	interview	
3	14/3/23	interview	hs
4		penyusunan	
5		proble	
6		ACC	
7		proposal	
8	10/3/23	penyusunan	hs
9		ibahas	
10			

NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	12/05 ²³	Rata-rata Uca	
2		judul table	
3		ditari King book	
4		nomor	
5		judul ulang	
6		penjelasan detail	
7			
8	17/05 ²³	ACC	
9		proposal	
10			



NAMA MAHASISWA : Zahra Nurhaliza

NO. MAHASISWA : 519101178

JUDUL PENELITIAN : Pengaruh City Branding "JOGJA ISTIMEWA" terhadap Minat Kunjung Wisatawan ke Kota Jogja (The Influence of City Branding "JOGJA ISTIMEWA" on Tourist Interest to Visit Yogyakarta City)

NAMA PEMBIMBING I : DRS. SANTOSA, MM

NAMA PEMBIMBING II : SAHLIT SUGESTI, S.ST., MM.

NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1		penyusunan	
2		interview	hs
3	13/6/2023	ACC	hs
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			