

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *TOURIST PURCHASE DECISION* (STUDI KASUS PADA EVENT SOUNDSFEST 2024)



Disusun Oleh :

Andini Septianti Khairunissa

1409521001

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar

Sarjana Terapan Pariwisata

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata

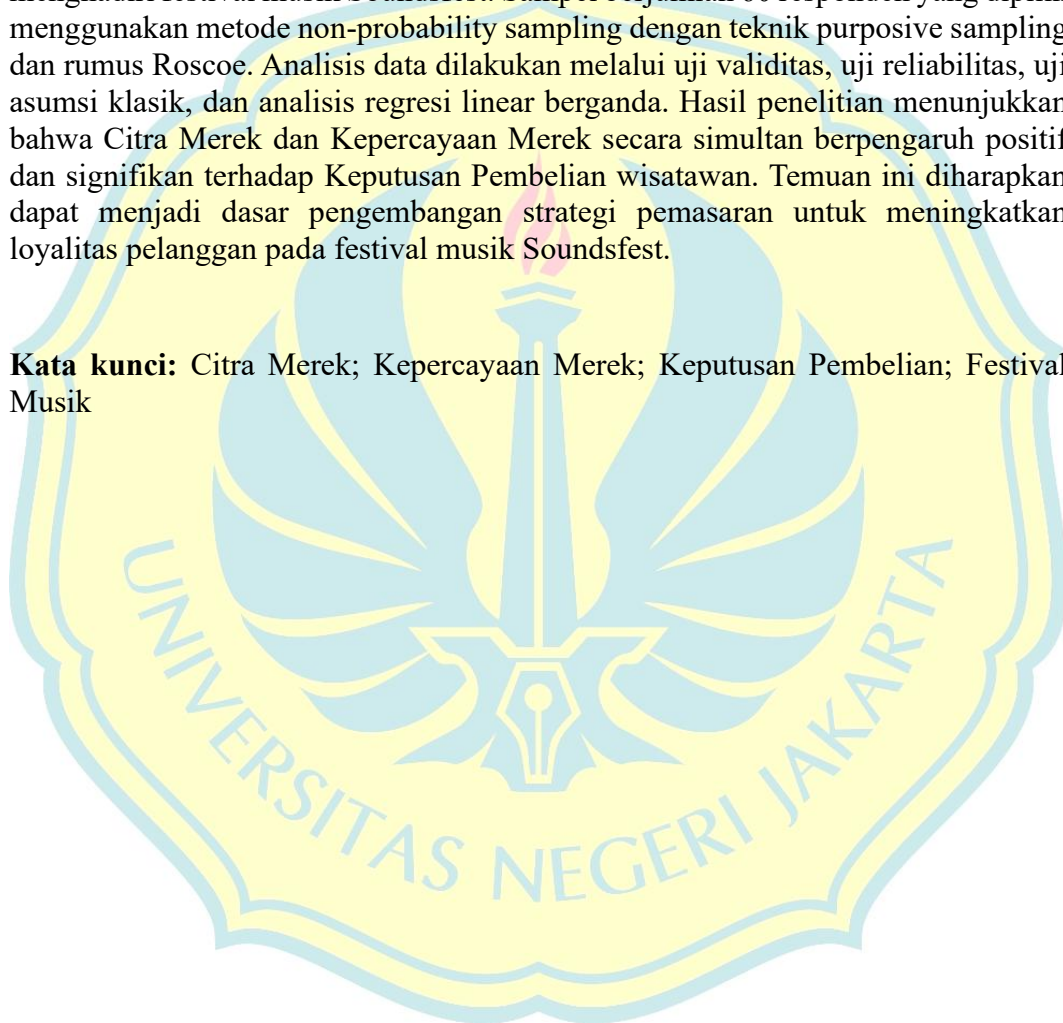
Universitas Negeri Jakarta

Tahun 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian wisatawan pada festival musik Soundsfest 2024. Tingginya minat masyarakat terhadap festival musik memicu persaingan yang ketat antar penyelenggara, sehingga Soundsfest perlu memastikan bahwa citra merek dan kepercayaan konsumen dapat mendorong keputusan pembelian tiket. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi orang yang pernah menghadiri festival musik Soundsfest. Sampel berjumlah 60 responden yang dipilih menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling dan rumus Roscoe. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek dan Kepercayaan Merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian wisatawan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada festival musik Soundsfest.

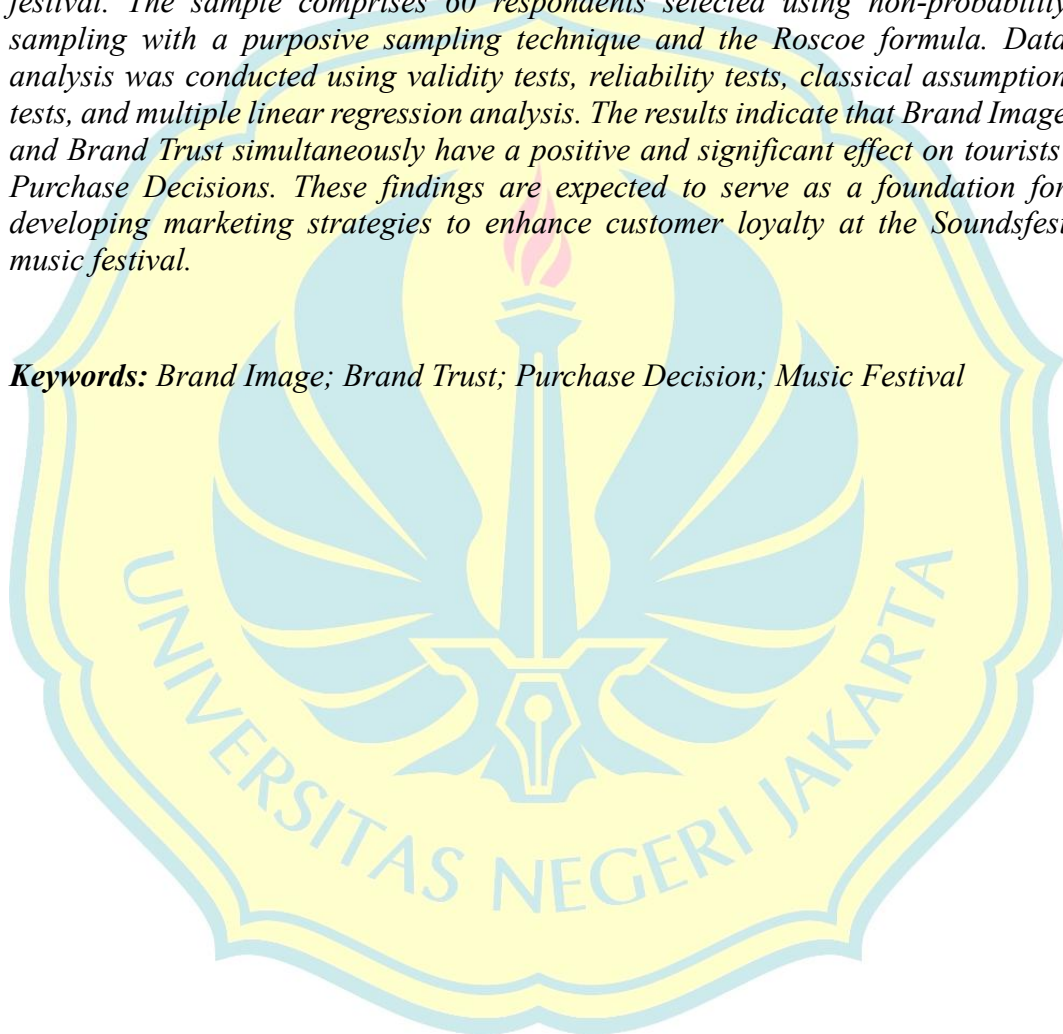
Kata kunci: Citra Merek; Kepercayaan Merek; Keputusan Pembelian; Festival Musik



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Brand Image and Brand Trust on tourists' Purchase Decisions at the Soundsfest 2024 music festival. The high public interest in music festivals has intensified competition among organizers, making it essential for Soundsfest to ensure that brand image and consumer trust can drive ticket purchase decisions. This research employs a quantitative method, with the population consisting of individuals who have attended the Soundsfest music festival. The sample comprises 60 respondents selected using non-probability sampling with a purposive sampling technique and the Roscoe formula. Data analysis was conducted using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The results indicate that Brand Image and Brand Trust simultaneously have a positive and significant effect on tourists' Purchase Decisions. These findings are expected to serve as a foundation for developing marketing strategies to enhance customer loyalty at the Soundsfest music festival.

Keywords: Brand Image; Brand Trust; Purchase Decision; Music Festival



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta



No.	Nama	TTD	Tanggal
1.	Ketua Sidang <u>Yosi Erfinda, S.ST., M.Par</u> 199106292022032009		<u>28/7/25</u>
2.	Sekretaris Sidang <u>Khrisnamurti, S.ST.Par. M.Sc.</u> 198110252009121003		<u>28/7/25</u>
3.	Penguji Ahli I <u>Silvia, S.Pd., M.P.Par.</u> 199009032024062001		<u>28/7/25</u>
4.	Pembimbing I <u>Rezka Fedrina, S.ST.Par. M.M</u> 197602082008122001		<u>28/7/2025</u>
5.	Pembimbing II <u>Rahmat Darmawan, S.Pd., M.M.Par</u> 197912082015041001		<u>28/7/2025</u>

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Andini Septianti Khairunissa
NIM : 1409521001
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul:

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *TOURIST PURCHASE DECISION* (STUDI KASUS PADA EVENT SOUNDSFEST 2024)

Merupakan gagasan asli dan hasil penelitian asli penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program sejenis di Universitas Negeri Jakarta dan di Perguruan Tinggi lainnya. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya. Apabila pernyataan saya terbukti tidak benar atau skripsi saya terbukti plagiat, maka saya bersedia, skripsi saya dibatalkan kelulusannya.

Jakarta, 30 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Andini Septianti Khairunissa

1409521001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Andini Septianti Khairunissa
NIM : 1409521001
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/Usaha Perjalanan Wisata
Alamat Email : andiniseptianti28@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *TOURIST PURCHASE DECISION* (STUDI KASUS PADA EVENT SOUNDSFEST 2024)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Juli 2025

Penulis



(Andini Septianti Khairunissa)

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Moto :

“Allah tidak akan membawamu sejauh ini hanya untuk gagal”

“Jika bukan karena Allah yang mampukan, aku mungkin sudah lama menyerah”

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah : 5-6)

“Perang telah usai, aku bisa pulang
Kubaringkan panah dan berteriak MENANG”

(Nadin Amizah)

Persembahan :

Skripsi ini saya persembahkan untuk Bunda.

Terima kasih sudah melahirkan, berjuang sekuat tenaga untuk memberikan kehidupan yang layak untuk saya. Terima kasih atas kerja kerasnya sehingga saya bisa tumbuh dewasa dan mencapai titik ini. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan saya dapatkan adalah karena beliau.

Tolong hidup lebih lama di dunia ini, izinkan saya membalas segala pengorbanan yang Bunda lakukan selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "*Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Tourist Purchase Decision (Studi Kasus Pada Event Soundsfest 2024)*". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par) pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata di Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, baik itu moril maupun materil. Suatu kehormatan bagi penulis untuk mempersembahkan yang terbaik kepada orang sekitar penulis, yaitu orang tua, keluarga, pihak civitas akademika, dan pihak-pihak lain yang ikut andil dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr Komarudin, M.Si., selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta, yang telah menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengembangkan pengetahuan.
2. Firdaus Wajdi, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, atas segala dukungan dan fasilitas yang diberikan selama masa studi.
3. Revi Agustina Aisyianita, S.Hut., M.Sc., selaku Koordinator Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan dukungan dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.

4. Rezka Fedrina, S.ST.Par., M.M. dan Rahmat Darmawan, S.Pd., M.M.Par. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya untuk membimbing saya serta memberikan motivasi dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
5. Segenap Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta (UNJ), yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman kepada penulis selama mengikuti perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
6. Ibunda tercinta Dwi Yani, S.Sos., ibu Tunggal yang luar biasa hebat. Beliau merupakan sosok Wanita yang menginspirasi penulis. Beliau juga penyemangat serta sandaran terkuat penulis menghadapi kerasnya dunia ini.
7. Alm. Kakung Bapak Soewono, terima kasih banyak atas doa-doanya untuk kesuksesan penulis. Kakung yang hebat sudah menemani penulis dari kecil. Penulis sangat berharap kakung bisa hadir di hari-hari bahagia penulis.
8. Andyka Syahrin Adhiem, S.M., terima kasih kepada kakak penulis yang menjadi inspirasi penulis untuk terus maju dan tidak menyerah dalam penulisan skripsi ini.
9. Keluarga yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan semangat kepada penulis, sehingga penulis selalu termotivasi agar terus maju dan menyelesaikan studi ini.
10. Untuk sahabat-sahabat penulis, Leny Marlita, Naomi Khansa Zalty, Millati Khansa Nabiilah, dan Achmad Syauqi Zunnuroin terima kasih banyak sudah menemani penulis ketika melakukan proses penulisan serta membantu

memberikan motivasi agar bisa lulus tepat waktu kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini selesai tepat waktu. Sangat bersyukur dipertemukan dengan sahabat-sahabat yang sangat suportif.

11. Untuk seseorang yang namanya belum bisa penulis cantumkan di sini dengan jelas, namun sudah tercatat dengan pasti dalam *Lauhul Mahfudz* untukku. Terima kasih telah menjadi sumber inspirasi yang mendorong penulis menyelesaikan skripsi ini sebagai bentuk upaya memantaskan diri. Meskipun saat ini penulis tidak tahu keberadaanmu entah di bumi bagian mana dan menggenggam tangan siapa. Seperti kata BJ Habibie “kalau dia dilahirkan untuk saya, mau kamu jungkir balik juga tetap saya yang dapat”.
12. Untuk teman-teman seperjuangan Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2021 terima kasih sudah sama-sama berjuang untuk menyelesaikan studi ini.
13. Serta semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini.
14. Terakhir untuk diriku, Andini Septianti Khairunissa, terima kasih sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang sudah dimulai dan sudah bertahan sejauh ini serta tidak menyerah terhadap apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat

memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan,
khususnya di bidang Pariwisata.

Jakarta, 30 Juni 2025

Andini Septianti Khairunissa



DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2 Teori Pariwisata.....	17
2.1.3 Teori Manajemen Event	23
2.1.4 Teori Pemasaran	29
2.1.5 Teori <i>Brand Image</i>	31
2.1.6 Teori <i>Brand Trust</i>	32
2.1.7 Teori Keputusan Pembelian	34
2.2 Kerangka Berfikir	36
2.3 Hipotesis	37
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39

3.1	Pendekatan Penelitian.....	39
3.2	Objek Penelitian	39
3.3	Populasi dan Sampling	40
3.3.1	Populasi.....	40
3.3.2	Sampel.....	40
3.4	Metode Pengumpulan Data	43
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	44
5.6	Variabel dan Desain Penelitian.....	48
3.7	Teknik Analisis Data.....	50
3.7.1	Uji Instrumen	50
3.7.2	Uji Regresi Linier Berganda	52
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	53
3.7.4	Uji Hipotesis.....	59
3.8	Jadwal Penelitian	61
BAB IV		62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		62
4.1	Hasil Penelitian.....	62
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	67
4.3	Pembahasan	88
BAB V		98
PENUTUP		98
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Rekomendasi	99
DAFTAR PUSTAKA.....		102
LAMPIRAN.....		104
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		129

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	44
Tabel 3.2 Skala Likert Kuesioner Variabel Penelitian.....	49
Tabel 3.3 Variabel Penelitian.....	49
Tabel 3.4 Waktu Penelitian	61
Tabel 4.5 Karakteristik Usia.....	68
Tabel 4.6 Karakteristik Domisili.....	69
Tabel 4.7 Karakteristik Jenis Kelamin	69
Tabel 4.8 Karakteristik Pekerjaan	70
Tabel 4.9 Karakteristik Jumlah Kunjungan.....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas X1	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas X2.....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Y.....	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X1).....	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Trust (X2)	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tourist Purchase Decision (Y).....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Komogorov-Smirnov.....	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	83
Tabel 4.19 Hasil Uji T	85
Tabel 4.20 Hasil Uji F	86
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Minat Kunjungan Wisatawan.....	2
Gambar 1.2 Tipe Konser Yang Diminati.....	2
Gambar 1.3 Alasan masyarakat Indonesia memnonton konser musik.....	3
Gambar 3.4 Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 4.5 Logo Soundsfest 2024.....	65
Gambar 4.6 Grafik Normal P-Plot	78
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran 2. Tabulalsi Data	110
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas.....	114
Lampiran 4. Rtabel.....	118
Lampiran 5. Hasil Uji Realibilitas	118
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik	119
Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	120
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis	121
Lampiran 9. Ttabel.....	122
Lampiran 10. Ftabel	122
Lampiran 11. Form Bimbingan Skripsi	123
Lampiran 12. Turnitin	127
Lampiran 13. Observasi Perusahaan.....	128

