

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKET WISATA TRAVEL ZIARAH HATI INDONESIA**

SKRIPSI



Oleh:

AYU DIANAPRAMESTI EKSITASARI
NPM. 21045010071

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI PARIWISATA
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKET WISATA TRAVEL ZIARAH HATI INDONESIA**

Disusun Oleh:

Ayu Dianapramesti Eksitasari
21045010071

Menyetujui,

PEMBIMBING

Garsione Agni Andrea, S.Pd., M.Sc
NPT. 21219900221336

Mengetahui

DEKAN

Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Dr. Catur Suratnoali, M.Si
NIP 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN HASIL REVISI UJIAN SKRIPSI

**Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Paket
Wisata Travel Ziarah Hati Indonesia**

Oleh:

Ayu Dianapramesti Eksitasari
NPM. 21045010071

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Menyetujui,

Pembimbing Utama

TIM PENGUJI



Garsione Agni Andrea, S.Pd., M.Sc
NPT. 21219900221336

1. Ketua



Garsione Agni Andrea, S.Pd., M.Sc.
NPT. 21219900221336

2. Sekretaris



Praja Firdaus N., M.Hub.Int.
NI PPPK. 198807292024211018

3. Anggota



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Dr. Catur Surathoali, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ayu Dianapramesti Eksitasari
Npm : 21045010071
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Pariwisata
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis di sitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila kemudian hal ditemukan indikasi plagiat pada skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 28 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Ayu Dianapramesti Eksitasari
NPM. 21045010071

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana komunikasi pemasaran mempengaruhi keputusan pembelian paket wisatawan yang dilakukan oleh wisatawan atau jamaah di Travel Ziarah Hati Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran yang mencakup variabel AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Travel ini harus menghadapi persaingan dengan biro perjalanan serupa yang ada di Surabaya. Selain persaingan yang dihadapi, fenomena atau tren umroh semakin meningkat di Indonesia membuat biro perjalanan wisata berlomba-lomba untuk menarik jamaah melalui pemasaran yang dilakukan secara konvensional maupun digital. Travel Ziarah Hati Indonesia salah satu usaha yang bergerak di perjalanan religi yang menerapkan pemasaran secara konvensional dan digital. Model AIDA digunakan untuk mengukur pengaruh komunikasi pemasaran yang diterapkan Travel Ziarah Hati Indonesia terhadap keputusan pembelian paket wisatanya. Peneliti menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada pengikut Instagram Travel Ziarah Hati Indonesia untuk mengumpulkan data primer. Selanjutnya, data yang didapat diolah secara kuantitatif untuk mengetahui hubungan antar variabel *attention, interest, desire*, dan *action* terhadap keputusan pembelian paket wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan komunikasi pemasaran yang diukur melalui empat variabel *attention, interest, desire, action* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian paket wisata.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Keputusan Pembelian, Paket Wisata, Tour and Travel.

ABSTRACT

This study aims to analyze the extent to which marketing communication influences the purchasing decisions of tour packages made by tourists or pilgrims at Travel Ziarah Hati Indonesia. The research adopts the marketing communication theory, incorporating the AIDA model (Attention, Interest, Desire, Action) as the primary analytical framework. Travel Ziarah Hati Indonesia, established in 2014, operates in a highly competitive environment, particularly with other tour and travel agencies in Surabaya. In addition to this competition, the increasing trend of Umrah travel in Indonesia has intensified efforts among travel agencies to attract customers through both conventional and digital marketing strategies. As a religious travel agency, Travel Ziarah Hati Indonesia utilizes a combination of these approaches to reach prospective customers. The AIDA model is employed to assess the effectiveness of the agency's marketing communication in influencing customer purchase decisions. This research uses a quantitative approach through a survey method, distributing questionnaires to the Instagram followers of Travel Ziarah Hati Indonesia to collect primary data. The data were then processed using statistical analysis to examine the relationship between the AIDA components (attention, interest, desire, and action) and the decision to purchase a tour package. The findings indicate that each of the four variables has a partial but significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Marketing Communication, Purchase Decision, AIDA Model, Tour Packages, Religious Tourism*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Travel Ziarah Hati Indonesia” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik.
2. Ibu Dr. Yudiana Indiasuti, S.Sos., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Dosen Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Garsione Agni Andrea, S.Pd., M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah menyempatkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penulisan skripsi.
5. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Eko Priyo Purnomo dan Ibu Karlita Sari dengan penuh rasa hormat dan cinta, saya mengucapkan terima kasih yang

sebesar-besarnya atas segala kasih sayang dan pengorbanan yang telah diberikan selama ini. Berkat doa serta didikan beliau, saya mampu terus melangkah dan bertahan sampai titik ini.

6. Kepada Adik saya, Henry Agung, terima kasih telah menghibur saya dikala saya merasa tertekan dan terima kasih telah menjadi teman cerita saya. Kepada Om dan nenek, saya ucapkan terima kasih telah memberikan tumpangan dan alat transportasi yang berguna untuk saya dalam menjalani perkuliahan selama 4 tahun.
7. Kepada teman-teman seperjuangan angkatan 21, khususnya ekopatriot Asyiah, Safiira, Aura, dan Tinaiya, terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu yang diberikan, dukungan dan suka duka yang telah dilalui. Terima kasih karena selalu mengajak saya dalam tugas kelompok dan selalu memiliki informasi terkini. Semoga dikehidupan selanjutnya, kita semua sukses dunia dan akhirat.
8. Kepada saudara Fadhil Dzulfikar, terima kasih telah menjadi supportership dan sponsorship saya selama melakukan perkuliahan. Semoga bisa jadi eksekutif muda yang sukses dunia akhirat.
9. Kepada TMA grup, Bu Bos, Mbak Vivi, Pak Novan, Pak Oni, Pak Kosim dan Pak Sandi. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya selama menempuh kehidupan perkuliahan dan kehidupan kerja. Terima kasih telah menghibur penulis khususnya untuk bapak-bapak supir yang lucu dan menggemaskan.

10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis selama menempuh masa perkuliahan.
11. Terakhir, tentunya ucapan terima kasih untuk diri sendiri, yang telah mampu untuk bertahan, diharapkan dapat menjadi pribadi yang lebih baik lagi dan jangan lupa sholat 5 waktu!!!!

Penyusunan skripsi ini tentunya masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan karena keterbatasan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mohon maaf sebesar-besarnya. Meskipun demikian, penulis berharap skripsi ini tetap dapat memberikan manfaat positif bagi diri penulis dan pembaca. Dengan kerendahan hati dan rasa terima kasih, penulis mengucapkan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Surabaya, 01Agustus 2025

Penulis

Daftar Isi

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN HASIL REVISI UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
BAB I <u>PENDAHULUAN</u>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II <u>KAJIAN PUSTAKA</u>	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	13
2.3 Landasan Konsep	23
2.4 Kerangka Berpikir	27
2.5 Hipotesis.....	27
BAB III <u>METODE PENELITIAN</u>	28
3.1 Metode Penelitian.....	28
3.1 Metode Penelitian	28
3.2 Definisi Operasional Variabel	26
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.4 Sumber Data	30
3.5 Populasi dan Sampel.....	30
3.5.1. Populasi.....	30
3.5.2. Sampel	31
3.6 Instrumen Penelitian.....	32

3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7.1 Kuesioner (Angket)	32
3.7.2 Studi Pustaka	33
3.8 Teknik Analisis Data	34
3.8.1 Uji Validitas.....	34
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	35
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.9 Uji Hipotesis.....	39
3.10 Koefisien Determinasi (R ²).....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	41
4.2 Karakteristik Responden	45
4.3 Hasil Penelitian.....	58
4.4 Pembahasan	76
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	90

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Data Umroh 2024 Travel	4
Tabel 4. 1 Tabel Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan Usia	45
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian	46
Tabel 4. 4 Data Tabulasi Variabel Attention	47
Tabel 4. 5 Data Tabulasi Variabel Interest.....	51
Tabel 4. 6 Data Tabulasi Variabel Desire	53
Tabel 4. 7 Data Tabulasi Variabel Action.....	54
Tabel 4. 8 Data Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel.....	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas	61
Tabel 4. 11 Hasil Kolmogorov-Smirnov.....	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4. 15 Analisis Statistik Deskriptif	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji T.....	73
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4. 18 Hasil Koefisien Determinasi	76

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Jumlah Jamaah Umroh Indonesia	3
Gambar 1. 2 Jumlah Penonton Konten	6
Gambar 4. 1 Iklan Paket.....	43
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan	44
Gambar 4. 3 Normal Probability Plot	63
Gambar 4. 4 Hasil Scatterplot	67