

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI HARGA
WISATA GUNUNG BROMO TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG**

SKRIPSI

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas
Mercu Buana Jakarta**



Nama : Ika Yulianti

NIM : 43116010236

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ika Yulianti

NIM : 43116010236

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri. Apabila saya mengutip, maka saya akan menyantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Oktober 2020



Ika Yulianti
43116010236

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ika Yulianti
Nim : 43116010236
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Word Of Mouth dan Persepsi Harga Wisata
Gunung Bromo Terhadap Keputusan Berkunjung
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,



Dr. Yuli Harwani, M.M

Tanggal : 02-november-2020

Ketua Penguji,



Dr. Yanto Ramli, MM

Tanggal : 02-november-2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.

Tanggal : 02 november 2020

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal : 02 november-2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Word of Mouth* dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Berkunjung ke lokasi wisata Gunung Bromo. Responden dalam penelitian ini adalah 140 wisatawan. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang tertentu. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode pengolahan data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke wisata Gunung Bromo

Kata kunci: *word of mouth*, persepsi harga, keputusan berkunjung



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Word of Mouth and Price Perception on the Decision to Visit Mount Bromo, This study was conducted on 140 respondents using a survey method and purposive sampling, sampling based on criteria determined by the researcher. Analysis of the data used is Partial Least Square. The results of this study indicate that word of mouth has a positive effect on visiting decisions and price has a positive effect on the decision to visit Mount Bromo tourism

Keywords: word of mouth, price perception, decision to visit



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Word of Mouth* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung ke Gunung Bromo”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

. Dalam penulisan proposal ini, penulis mendapat bantuan dari Dr. Yuli Harwani, MM selaku Dosen Pembimbing penelitian yang selalu sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saransaran beserta motivasi kepada penulis sehingga penelitian ini dapat tersusun. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip., selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Harnoviansyah, Ak,M.Si, CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dr. Daru Asih. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1
4. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
5. Teristimewa, kedua orangtua tercinta yang telah memberikan semangat,

doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan proposal skripsi ini.

6. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan impian kita.
7. Semua pihak yang telah membantu proposal skripsi peneliti yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Februari 2020

Ika Yulianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Manajemen Pemasaran.....	9
a. Definisi pemasaran	9
b. Pemasaran Pariwisata	10
c. Definisi Pariwisata.....	11
2. <i>Word of Mouth</i>	11
a. Definisi <i>Word of Mouth</i>	11
b. Dimensi dan Indikator <i>Word of Mouth</i>	12
3. Persepsi Harga.....	15
a. Definisi Harga.....	15
b. Metode Penetapan Harga	16
c. Dimensi dan Indikator Harga	16
4. Keputusan Berkunjung	18
a. Definisi Keputusan Berkunjung.....	18
b. Proses Pengambilan Keputusan.....	19
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Berkunjung.....	19
5. Penelitian terdahulu.....	21

a. Hubungan antar variabel	21
b. Kerangka Penelitian dan Hipotesis	22
c. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Waktu dan tempat penelitian	23
B. Desain Penelitian	23
C. Definisi Operasional Variabel	24
1. Definisi Variabel	24
2. Operasional Variabel	25
D. Skala Pengukuran	26
E. Populasi dan Sampel Penelitian	28
1. Populasi	28
2. Sampel	28
F. Metode Pengumpulan Data	29
G. Metode Analisis	30
1. Analisis Deskriptif	30
2. Uji Instrumen	31
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	32
a. Pengertian <i>Partial Least Square</i>	32
b. Evaluasi <i>Measurement Model</i> (Merancang <i>Outer Model</i>)	32
c. Model Struktural/Uji Hipotesis (Merancang <i>Inner Model</i>)	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Analisis Deskriptif	35
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	35
2. Deskripsi Responden	36
3. Deskripsi Variabel	38
B. Uji Instrumen	40
1. Uji Validitas	40
2. Uji <i>Discriminant Validity</i>	43
3. <i>Composite Realibility & Cronbach Alpha</i>	44
4. Pengujian Model <i>Structural</i>	46
C. Pembahasan Hasil Penelitian	47
1. Pengaruh WOM terhadap Keputusan Berkunjung	48
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Berkunjung	49

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	56



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Kunjungan Wisnas dan Wisnus ke Jawa timur	2
1.2	Jumlah Wisatawan ke Gunung Bromo	3
1.3	Harga tiket Gunung Bromo	6
1.4	Sewa Jeep Gunung Bromo	6
1.5	Pra Survey	6
2.1	Penelitian Terdahulu	21
3.1	Variabel, Indikator dan Item penelitian	26
3.4.	Skala Ordinal	28
4.1	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	36
4.3	Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
4.4	Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan	37
4.5	Karakteristik Jawaban Variabel <i>Word of Mouth</i>	38
4.6	Karakteristik Jawaban Variabel Harga	39
4.7	Karakteristik Jawaban Variabel Keputusan Berkunjung	39
4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	41
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Modifikasi	42
4.10	Hasil <i>Output AVE</i>	43
4.11	Hasil <i>Discriminant Validity</i>	45
4.12	Hasil <i>Discriminant Validity (Fornel lacker)</i>	45
4.13	Pengukuran <i>Composite Reliability</i>	46
4.14	Hasil <i>Cronbach Alpha</i>	46
4.15	Nilai <i>R-Square</i>	46
4.16	Hipotesis	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual	22
4.1	Hasil <i>Output</i> Diagram Jalur Awal	41
4.2	Hasil <i>Output</i> Diagram Jalur Modifikasi	42
4.3	Hasil Bootstraping	47



DAFTAR LAMPIRAN

No. Keterangan

1. Lampiran 1 Kuesioner	56
2. Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden	60
3. Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden	72
4. Lampiran 4 Karakteristik Jawaban Responden	73
5. Lampiran 5 Hasil Pengujian Outer Model	75



UNIVERSITAS
MERCU BUANA