

**PENGARUH *CARRYING CAPACITY PERCEPTION*, DAYA
TARIK WISATA DAN *E-WOM* TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG KE TWA KAWAH IJEN
BANYUWANGI**

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



Nama : Sundari Mulyani
Nim : 43114120151

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sundari Mulyani

Nim : 43114120151

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 Juli 2020



Sundari Mulyani


Nim : 43114120151

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sundari Mulyani
NIM : 43114120151
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Carrying Capacity Perception*, Daya Tarik Wisata dan *E-WOM* Terhadap Keputusan Berkunjung ke TWA Kawah Ijen Banyuwangi
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

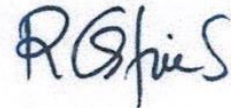
Pembimbing



Nur Endah Retno Wuryandari, S.Sos, MM

Tanggal :

Ketua Penguji



Dr. Rina Astini., MM

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS.Ph.D.

Tanggal :

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dr. Daru Asih., M.Si.

Tanggal : 05 Agustus 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Carrying Capacity Perception*, Daya Tarik Wisata dan *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung ke taman wisata alam Kawah Ijen Banyuwangi. Data yang digunakan adalah data primer menggunakan kuesioner yang disebar kepada 160 responden yang tergabung dalam grup komunitas pendaki gunung di Instagram dan pernah berkunjung ke Kawah Ijen dihitung berdasarkan rumus Hair. Metode penarikan sampel menggunakan *convenience sampling*. Skala Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert dan data diolah menggunakan metode SEM-PLS (*Structural Equation Modelling-Partial Least Square*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Carrying Capacity Perception*, Daya Tarik Wisata dan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Kata Kunci : *Carrying Capacity Perception*, Daya Tarik Wisata, *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Keputusan Berkunjung, Kawah Ijen.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Carrying Capacity Perception, Tourist Attraction and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on the decision to visit Ijen Crater Nature Tourism Park Banyuwangi . The primary data used in this research are the questionnaires distributed to 160 respondents who are the members of the Mountaineer Community group listed on Instagram and whose have visited the Ijen Crater Nature Tourism Park Banyuwangi. calculate based on the Hair formula. The sampling method uses convenience sampling. The method of collecting data uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The Measurement Scale in this study uses a likert scale and data analyze method using SEM-PLS (Structural Equation Modeling-Partial Least Square). The result of this study indicated that Carrying Capacity Perception, Tourism Attraction and Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on decision to visit.

Keyword : Carrying Capacity Perception, Tourism Attraction, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Decision to Visit, Ijen Crater.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Carrying Capacity Perception*, Daya Tarik Wisata, dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung ke TWA Kawah Ijen ”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, baik yang bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang tertinggi kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Ibu Nur Endah Retno Wuryandari, S.Sos, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, nasehat, dan dorongan yang besar manfaatnya bagi penulis demi terselesaikannya skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si.,CA.,CIPSAS.,CMA.,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr Daru Asih., M.Si, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

5. Ibu Tine Yuliantini, S.Par., MM., selaku Sekretaris I Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Dr Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. selaku Sekretaris 2 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu
7. Para Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmunya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah untuk Bapak/Ibu.
8. Teristimewa, Suami dan anakku yang telah memberikan doa, kasih sayang, semangat, serta dukungan moral maupun material yang tiada henti kepada penulis. Semoga Allah SWT selalu memberkahi dan mencurahkan kasih sayangnya kepada kalian.
9. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB dan para kerabat yang saya cintai yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Semoga Allah selalu memberkahi jalan kita dalam mewujudkan semua impian kita.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Sebagai manusia biasa, penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata,

semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya, serta bermanfaat khususnya bagi yang melakukan penelitian sejenis untuk merekomendasi penelitiannya dan bagi semua pihak pada umumnya.

Jakarta, 1 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	13
1. Tujuan Penelitian	12
2. Kontribusi Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	15
1. Manajemen Pemasaran	14
2. Pariwisata	15
3. Perilaku Konsumen	16
4. Keputusan Berkunjung	19
5. <i>Carrying Capacity perception</i>	23
6. Daya Tarik Wisata	24
7. <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	28
8. Kajian Penelitian Terdahulu	29
B. Pengembangan Hipotesis	33
C. Rerangka Konseptial	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian	37
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	38
D. Skala Pengukuran	41
E. Populasi dan Sampel Penelitian	42
F. Metode Pengumpulan Data	43
G. Metode Analisis Data	43
1. Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	45
2. Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	47
3. Konverensi Diagram Jalur ke Sistem Persamaan	48
4. Estimasi : Weight, Koefisien Jalur dan Loading	49
5. Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	49
6. Uji Hipotesis (<i>Resampling Bootstrapping</i>)	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
B. Analisis Statistik Deskriptif	51
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	53
5. Karakteristik Jawaban Responden	55
C. Analisis Inferensial	60
1. <i>Outer Model</i>	60
a. <i>Convergent Validity</i>	60
b. <i>Discriminant Validity</i>	68
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	69
2. <i>Inner Model</i>	70
a. <i>R-square (R²)</i>	70
b. Nilai <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	72

c. <i>Goodness of Fit</i>	72
3. Uji Hipotesis	73
D. Pembahasan	76
1. Pengaruh <i>Carrying Capacity Perception</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	76
2. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung	78
3. Pengaruh <i>E-WOM</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	82
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pra Survey Faktor yang mempengaruhi Keputusan Berkunjung	11
Tabel 2.1	Jurnal Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2	Skala Likert pada Kuesioner Tertutup	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel 4.5	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	53
	<i>Carrying Capacity Perception</i>	
Tabel 4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif Daya Tarik Wisata.....	55
Tabel 4.7	Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>E-WOM</i>	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Berkunjung.....	57
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	59
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Modifikasi	65
Tabel 4.11	Hasil Uji AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	65
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	66
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	67
	<i>(Fornell Larcker Criterion)</i>	
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	68
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>R Square Adjusted</i>	69
Tabel 4.15	Hasil Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Devisa Pariwisata Tahun 2015-2019	1
Gambar 1.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan Banyuwangi	2
Gambar 1.3	Jumlah Kunjungan Wisatawan Kawah Ijen	5
Gambar 1.4	Obyek Wisata Populer Banyuwangi	6
Gambar 1.5	Tren Perjalanan dan Sosial Media.....	8
Gambar 1.6	Unggahan Foto dalam Beberapa Hastag tentang	9
	Destinasi wisata di Banyuwangi dan Kawah Ijen	
Gambar 1.7	Unggahan Foto dalam Beberapa Hastag tentang	10
	Destinasi wisata alam di Indonesia	
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	19
Gambar 2.2	Rerangka Konseptual	35
Gambar 3.1	Langkah-langkah Analisis dalam PLS	44
Gambar 4.1	Uji <i>Convergent Validity</i>	59
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	64
Gambar 4.3	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	88
Lampiran 2 Hasil Tabulasi.....	94
Lampiran 3 Hasil Output PLS.....	110