



**PENGARUH CITRA DESTINASI, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG SERTA
DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI
(Studi pada Pengunjung Dunia Fantasi di era pandemi Covid-19)**

TESIS

OLEH:

Sugeng Riyadi

55119120040

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021



**PENGARUH CITRA DESTINASI, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG SERTA
DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI
(Studi pada Pengunjung Dunia Fantasi di era pandemi Covid-19)**

TESIS

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi
Magister Manajemen**

**OLEH:
Sugeng Riyadi**

55119120040

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

i

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sugeng Riyadi

NIM : 55119120040

Program Studi : Magister Manajemen

Menyatakan bahwa penelitian 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 dikenai sanksi pembatalan penelitian ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



PENGESAHAN TESIS

Judul : Pengaruh Citra Destinasi, *Electronic Word Of Mouth* dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya Pada Minat Berkunjung Kembali (Studi pada Pengunjung Dunia Fantasi di era pandemi Covid-19).

Nama : Sugeng Riyadi

NIM : 55119120040

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 03 Februari 2022

Disahkan oleh:

Pembimbing



Dr. Adi Nurmahdi, M.B.A.

Tanggal: 10 Februari 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

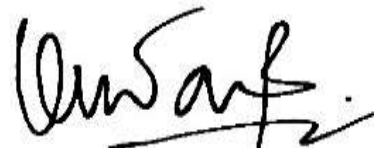


Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si.

Tanggal: 15 Februari 2022

Ketua Program Studi

Magister Manajemen



Dr. Indra Siswanti, S.E., M.M.

Tanggal: 12 Februari 2022

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Sugeng Riyadi
NIM : 55119120040
Program Studi : Magister Manajemen

Dengan judul

“Pengaruh Citra Destinasi, *Electronic Word of Mouth* dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya Pada Minat Berkunjung Kembali (Studi pada Pengunjung Dunia Fantasi di era pandemi Covid-19)”

Telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 10 Januari 2022 didapatkan nilai persentase sebesar 29%.

Jakarta, 10 Januari 2022

Administrator Turnitin



Aric Pangudi, A.Md

UNIVERSIT
MERCU BU

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Destinasi, *Electronic Word Of Mouth* dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya Pada Minat Berkunjung Kembali (Studi pada Pengunjung Dunia Fantasi di era pandemi Covid-19)”. Sholawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan umatnya.

Penulis menyadari penyusunan tesis ini tidak lepas dengan bimbingan dari Dr. Adi Nurmahdi, M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.S. selaku rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Dr. Indra Siswanti, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta.

4. Bapak Ibu Dosen pengajar Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
5. Dr. Didin Hikmah Perkasa, S.E., M.M. yang memberikan motivasi dan bimbingannya kepada penulis.
6. Kepada pengunjung Dunia Fantasi yang menjadi sampel pada penelitian ini.
7. Keluarga tercinta khususnya mama yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan pendidikan S2, dan memberikan semangat yang sangat berarti bagi penulis.
8. Kakek dan nenek Alm H. Dali dan Almh Hj. Suwarni tercinta yang telah memberikan doa bagi penulis.
9. Irma Asriani dan Syabilka Novriyana Asykar yang memberikan semangat dan dukungannya dalam pembuatan penelitian ini.

Penulis juga menyadari karena keterbatasan penulis, tesis ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan saran bagi pembaca agar dapat diperbaiki di kemudian hari. Akhir kata, besar harapan penulis, tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi bahan informasi untuk menambah wawasan khususnya rekan-rekan mahasiswa jurusan magister manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Jakarta, 25 Desember 2021

Sugeng Riyadi

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER DALAM	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	16
C. Tujuan Penelitian	17
D. Kontribusi Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	19
A. Kajian Pustaka.....	19
1. Manajemen Pemasaran.....	19
a. Pengertian Pemasaran	19
b. Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2. Pariwisata	20
a. Pengertian Pariwisata	20
b. Pengertian Wisatawan.....	21
c. Jenis Wisatawan.....	22
3. Perilaku Konsumen	23
a. Pengertian Perilaku Konsumen	23
b. Karakteristik Perilaku Konsumen	24

c.	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	25
4.	Minat Berkunjung Kembali.....	27
a.	Pengertian Minat Berkunjung Kembali	27
b.	Faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali	28
c.	Dimensi dan Indikator Minat Berkunjung Kembali	31
5.	Keputusan Berkunjung.....	31
a.	Pengertian Keputusan Berkunjung.....	31
b.	Tahapan Keputusan Pembelian	32
c.	Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian.....	34
d.	Dimensi dan Indikator Keputusan Berkunjung.....	35
6.	Citra Destinasi.....	36
a.	Pengertian Citra Destinasi.....	36
b.	Dimensi dan Indikator Citra Destinasi.....	37
7.	<i>Electronic Word of Mouth</i>	38
a.	Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i>	38
b.	Perbedaan <i>Electronic Word of Mouth</i> dan <i>Word of Mouth</i>	39
c.	Dimensi dan Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	40
8.	Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	41
a.	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	41
b.	Karakteristik Kualitas Pelayanan	42
c.	Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	43
B.	Penelitian Terdahulu	46
C.	Hubungan Antar Variabel	59
D.	Kerangka Konseptual	67
E.	Hipotesis.....	68
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	70
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	70
B.	Desain Penelitian.....	70
C.	Definisi dan Operasional Variabel	71
1.	Definisi Variabel	71
2.	Operasional Variabel.....	73

D. Pengukuran Variabel.....	76
E. Populasi dan Sampel Penelitian	76
1. Populasi.....	76
2. Sampel.....	77
F. Teknik Pengambilan Sampel.....	78
G. Teknik Pengumpulan Data.....	78
1. Kuesioner	78
2. Observasi.....	78
3. Wawancara.....	79
4. Studi Kepustakaan.....	79
H. Metode Analisis	79
1. Jenis Penelitian.....	79
2. Analisis Deskriptif	79
3. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	80
I. Metode dan Teknik Pengujian	82
1. Evaluasi <i>Outer Model</i>	82
2. Evaluasi <i>Inner Model</i>	84
3. Pengujian Hipotesis.....	85
4. Uji Mediasi (Intervening).....	85
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	88
A. Profil Perusahaan	88
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	89
C. Karakteristik Responden.....	89
D. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel	94
E. Hasil Analisis Data.....	103
1. <i>Outer Model</i>	103
a. Hasil Uji Validitas.....	104
1) <i>Convergent Validity</i>	104
2) <i>Discriminant Validity</i>	108
3) <i>Composite dan Cronbach`s Alpha</i>	112
2. <i>Inner Model</i>	113

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi/ R Square (R^2)	113
b. Hasil Koefisien Determinasi <i>f-Square</i> (f^2) <i>Effect Size</i>	115
c. Hasil Nilai <i>Predictive Relenance</i> (Q^2)	116
3. Hasil Uji Hipotesis	117
F. Pembahasan Hasil Penelitian	124
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	144
A. Simpulan	144
B. Saran	147
DAFTAR PUSTAKA	152



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Jumlah Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol Tahun 2016-2020.....	11
1.2	Jumlah Kunjungan ke Objek Wisata Unggulan DKI Jakarta 2016-2020.	11
1.3	Data Top Brand Wahana Rekreasi Tahun 2016-2020.....	12
1.4	Hasil Pra Survei	14
2.1	Penelitian Dahulu.....	46
3.1	Operasional Variabel	73
3.2	Skala <i>Likert</i>	76
4.1	Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	90
4.2	Distribusi Frekuensi Usia	91
4.3	Distribusi Frekuensi Pendidikan.....	92
4.4	Distribusi Frekuensi Pekerjaan	93
4.5	Distribusi Frekuensi Jumlah Kunjungan	94
4.6	Hasil Uji Deskriptif Variabel Citra Destinasi.....	95
4.7	Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	97
4.8	Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	98
4.9	Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Berkunjung.....	100
4.10	Hasil Uji Deskriptif Variabel Minat Berkunjung Kembali.....	102
4.11	Nilai <i>Loading Factor</i>	106
4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	108
4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	110
4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i>	111
4.15	Hasil Uji AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	111
4.16	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach`s Alpha</i>	112
4.17	Hasil Uji <i>R Square (R²)</i>	114
4.18	Hasil Uji <i>f-Square (f²)</i>	115
4.19	Hasil Uji Redudansi Validasi-Silang Konstruk	116
4.20	Hasil Uji Hipotesis.....	117
4.21	Hasil Uji Mediasi.....	121

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Media Sosial yang sering digunakan di Indonesia Tahun 2020	13
2.1	Kerangka Konseptual.....	68
4.1	Uji <i>Convergent Validity</i>	105
4.2	Uji Hipotesis	118



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	165
Lampiran 2	Jawaban Responden.....	173
Lampiran 3	Karakteristik Responden.....	199
Lampiran 4	Deskriptif Variabel	201
Lampiran 5	Uji nilai <i>Loading Factor</i>	206
Lampiran 6	Gambar Uji <i>Convergent Validity</i>	208
Lampiran 7	Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	209
Lampiran 8	Uji <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	211
Lampiran 9	Uji <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i>	212
Lampiran 10	Uji AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	213
Lampiran 11	Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach`s Alpha</i>	214
Lampiran 12	Uji <i>R Square (R²)</i>	215
Lampiran 13	Uji <i>f-Square (f²)</i>	216
Lampiran 14	Uji Redudansi Validasi-Silang Konstruk	217
Lampiran 15	Uji Hipotesis.....	218
Lampiran 16	Gambar Uji Hipotesis	219
Lampiran 17	Uji Mediasi	220

UNIVERSITAS
MERCU BUANA