

ANALISIS PENGARUH *TOURISM OPPORTUNITY SPECTRUM*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE DESA WISATA KAMPUNG NAGA
(Studi Pada Pengunjung Desa Wisata Kampung Naga)

SKRIPSI



Nama : Ahmad Rizki Rida Saputra

Nim : 43115120382

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

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Nama : Ahmad Rizki Rida Saputra
Nim : 43115120382
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH TOURISM OPPORTUNITY SPECTRUM, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE DESA WISATA KAMPUNG NAGA

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 dikenai saksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti plagiat (penjiplakan).

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juli 2020



NIM 43115120382

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Ahmad Rizki Rida Saputra
Nim : 43115120382
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Analisis Pengaruh *Tourism Opportunity Spectrum, Electronic Word of Mouth*, dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Kampung Naga
Tanggal :

Disahkan Oleh:

Pembimbing

Nur Endah Retno Wuryandari, S. Sos., MM Dr. Dewi Nusraningrum, M.Si

Ketua Penguji

Tanggal:

UNIVERSITAS

Tanggal:

MERCU BUANA

Dekan

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

Tanggal:

Ketua Program Studi

S1 Manajemen

Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal:

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *tourism opportunity spectrum*, *electronic word of mouth*, dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung ke desa wisata Kampung Naga. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang ada di Kampung Naga. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 215 pengunjung, ditentukan berdasarkan pendekatan *non-probability sampling*. Metode penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kueisioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa *tourism opportunity spectrum* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. *Electronic word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Kata Kunci : *Tourism Opportunity Spectrum*, *Electronic Word of Mouth*, Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of tourism opportunity spectrum, electronic word of mouth, and destination image on the decision to visit Kampung Naga tourism village. The population in this study were visitors in Kampung Naga. The sample used was 215 visitors, determined based on a non-probability sampling approach. The sampling method uses purposive sampling. The data collection method uses survey method, with the research instrument is the questionnaire. Data analysis method uses Partial Least Square. This research proves that the tourism opportunity spectrum has a positive and significant influence on visiting decisions. Electronic word of mouth has no significant effect on visiting decisions. Destination image has no significant effect on visiting decisions.

Keywords: Tourism Opportunity Spectrum, Electronic Word of Mouth, Destination Image, Visiting Decision.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Tourism Opportunity Spectrum, Electronic Word of Mouth, dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Kampung Naga”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana. Saya mengucapkan terimakasih kepada Ibu Nur Endah Retno Wuryandari, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing saya yang dengan sabar dalam memberikan arahan kritik dan saran kepada saya, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu pada penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.Si selaku rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Dr. Harnovinsah, Ak,M.Si.,CA.,CIPSAS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si., selaku Ketua Program Studi SI Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

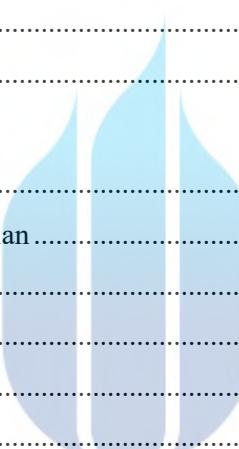
4. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya yang telah diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Amin.
5. Kepada teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
6. Seluruh teman-teman Pengunjung Desa Wisata Kampung Naga yang telah bersedia menjadi Responden pada proposal ini.
7. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat,doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak insipirasi dalam menyelesaikan proposal ini.

Penulis menyadari sepenuhnya sebagai manusia biasa, bahwa Skripsi ini masih tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat terbatasnya 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 ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal ini. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 29 Juli 2020

Ahmad Rizki Rida Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT.....</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	18
C. Tujuan Penelitian	18
D. Kontribusi Penelitian	18
1. Kontribusi Teoritis	18
2. Kontribusi Praktis	19
 UNIVERSITAS MERCU BUANA	
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	20
A. Kajian Pustaka	20
1. Manajemen Pemasaran	20
2. Jasa	22
3. Perilaku Konsumen	23
4. Pariwisata.....	27
5. <i>Tourism Opportunity Spectrum (TOS)</i>	28
6. <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	31
7. Citra Destinasi (<i>Destination Image</i>)	37
8. Keputusan Berkunjung.....	43
9. Penelitian Terdahulu	49
B. Hubungan Antar Variabel	56
C. Kerangka Pemikiran.....	58

D. Pengembangan Hipotesis	58
BAB III METODE PENELITIAN	60
A. Waktu dan Tempat Penelitian	60
B. Desain Penelitian	60
C. Definisi dan Operasional Variabel	61
1. Definisi Variabel	61
2. Operasionalisasi Variabel	63
D. Skala Pengukuran.....	67
E. Populasi dan Sampel Penelitian	68
1. Populasi.....	68
2. Sampel.....	68
F. Metode Pengumpulan Data.....	69
G. Metode Analisis Data.....	70
1. Statistik Deskriptif	70
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	71
3. Analisis Partial Least Square (PLS).....	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	81
A. Analisis Deskriptif	81
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	81
2. Deskripsi Responden	87
3. Deskripsi Variabel	89
B. Uji Instrumen	100
1. Uji Validitas	100
2. Uji Reliabilitas	105
C. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	106
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	107
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	108
3. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	108
4. Uji Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>).....	109
5. Uji Nilai <i>t-Statistic</i>	111
6. Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q ²)	112

7. Evaluasi <i>Model Fit</i>	113
8. Uji Hipotesis	114
D. Pembahasan.....	116
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	121
A. Simpulan	121
B. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN.....	129



DAFTAR TABEL

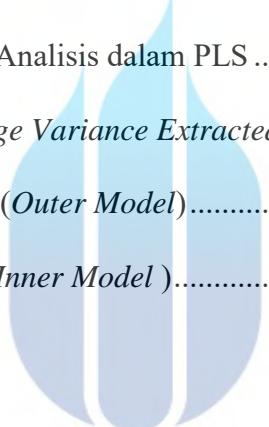
No	Keterangan	Halaman
1.1	Jumlah Wisatawan ke Objek Wisata di Provinsi Jawa Barat.....	6
1.2	Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Beberapa Objek Wisata di Kabupaten Tasikmalaya.....	7
1.3	Jumlah Pengguna <i>Instagram</i> di Indonesia Tahun 2018.....	13
1.4	Pra-Survey 2019	16
2.1	Penelitian Terdahulu	49
3.1	Operasional Variabel	64
3.2	Skor Berdasarkan Skala <i>Likert</i>	67
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	87
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	88
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	88
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	89
4.5	Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Tourism Opportunity Spectrum</i>	90
4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i>	94
4.7	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Destinasi	96
4.8	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Berkunjung	97
4.9	Uji <i>Convergent Validity</i>	100
4.10	Hasil Uji AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	102
4.11	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	103
4.12	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	106

4.13	Hasil Uji <i>R-Square Adjusted</i>	109
4.14	Hasil Uji Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>)	110
4.15	Hasil Uji Nilai <i>t-Statistic (Bootstraping)</i>	111
4.16	Hasil Uji Hipotesis	114



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.1	Pendapatan Devisa Indonesia dari Sektor Pariwisata	3
1.2	Kunjungan dan Pertumbuhan Wisatawan Mancanegara	4
2.1	Tahap – tahap pembelian	45
2.2	Kerangka Pemikiran	58
3.1	Langkah-Langkah Analisis dalam PLS	73
4.1	Grafik <i>AVE (Average Variance Extracted)</i>	102
4.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	107
4.3	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	108


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1	Daftar Pengunjung Kampung Naga	129
2	Hasil Pra Survey.....	130
3	Kuesioner	131
4	Dokumentasi	136
5	Tabulasi Jawaban Responden	139

