

**ANALISIS PENGARUH *E-WOM, CULTURE DIFFERENCE,*
DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG KE WISATA SUKU BADUY**

SKRIPSI



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

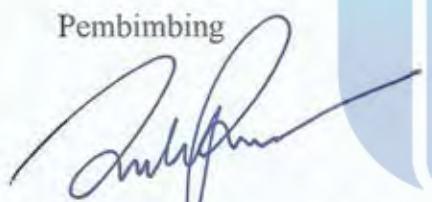
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Syafira Kamiza
Nim : 43115120052
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Analisis Pengaruh *E-WOM, Culture Difference, Citra Destinasi*
Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Suku Baduy

Tanggal :

Disahkan Oleh:

Pembimbing



Dudi Permana, ST,MM, Ph.D

Tanggal:

Ketua Penguji



Suprapto. Ir., M.Si

Tanggal:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan



Dr. Harnyinsah, Ak., M.Si. CA

Tanggal:

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal:

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syafira Kamiza

Nim : 43115120052

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Jakarta, 29 July 2020



NIM 43115120052

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-wom*, *Culture Difference* dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung ke wisata Suku Baduy. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang ada di Suku Baduy. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 150 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 *E-wom* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung. *Culture Difference* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Kata Kunci : *E-wom*, *Culture Difference*, Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of E-wom, Culture Difference, and destination image on the decision to visit Suku Baduy. The population in this study were visitors in Suku Baduy. The sample used was 150 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 E-wom has a positive and no significant influence on visiting decisions. Culture Difference has significant effect on visiting decisions. Destination image has significant effect on visiting decisions.

Keywords: *E-wom, Culture Difference, Destination Image, Visiting Decision.*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh E-WOM, Culture Difference dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Suku Baduy**". Skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Management Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Mercu Buana. Saya mengucapkan terimakasih kepada Bapak Dudi Permana Ph.D, 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 proposal 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 Wisata Suku Baduy 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 skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 29 July 2020

Syafira Kamiza

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Perilaku Konsumen	13
a. Pengertian Perilaku Konsumen	13
2. Keputusan Pembelian	14
a. Proses keputusan pembelian.....	15
b. Dimensi dan Indikator keputusan pembelian	16
3. <i>Electronic word of mouth</i>	18
a. Dimensi dan Indikator word of mouth.....	19
4. Culture Difference.....	21
a. Dimensi dan Indikator <i>Culture Difference</i>	22
5. Citra Destinasi	25
a. Dimensi dan Indikator Citra Destinasi	26
6. Penelitian Terdahulu	28
B. Keterkaitan Antar Variabel Dan Pengembangan Hipotesis.....	31
C. Pengembangan Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	35
B. Desain Penelitian.....	35
C. Definisi Dan Operasional Variabel	36
D. Skala Pengukuran Variabel	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian	38
F. Metode Pengumpulan Data	39
G. Metode Analisis Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Analisis Deskriptif.....	47
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	47
2. Deskripsi Responden.....	49
3. Deskripsi Variabel.....	51
B. Uji Instrumen.....	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Reliabilitas.....	66
C. Analisis Partial Least Square (PLS).....	67
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	68
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	68
3. Uji Koefisien Determinasi (R²)	69
4. Uji Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>)	69
5. Uji Nilai <i>t-Statistic</i>	70
6. Nilai <i>Predictive Relevance</i> (<i>Q²</i>)	71
7. Evaluasi <i>Model Fit</i>	72
8. Uji Hipotesis.....	73
D. Pembahasan.....	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80
A. Simpulan.....	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1.	Pra Survey 2019	10
1.2	Penelitian Terdahulu	29
3.1	Operasional Variabel.....	39
3.2	Lima Tingkatan Jawaban Dengan Sekala Likert.....	40
3.3	Langkah-langkah Analisis Dalam PLS	43
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	54
4.5	Hasil Uji Statistik Deskriptif E-wom	55
4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Culture Difference</i>	56
4.7	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Destinasi	58
4.8	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Berkunjung	59
4.9	Uji <i>Convergent Validity</i>	61
4.10	Hasil Uji <i>AVE (Average Variance Extracted)</i>	63
4.11	<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	64
4.12	<i>Uji Convergent Validity</i> Modifikasi 1	65
4.13	Hasil Uji Modifikasi Pertama Discriminant Validity Fornell Larcker Criterion).....	66
4.14	Hasil Uji Modifikasi Kedua <i>Convergent Validity (AVE)</i>	67

4.15	Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	68
4.16	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	69
4.17	Hasil Uji <i>R-Square</i>	72
4.18	Hasil Uji Nilai Koefisien Jalur (Path Coefficients)	73
4.19	Hasil Uji Nilai <i>t-Statistik (Bootstrapping)</i>	73
4.20	Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance (Q2)</i>	74
4.21	Hasil Uji Hipotesis	76



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.1	Kunjungan dan Pertumbuhan Wisatawan Mancanegara 2019	3
1.2	Pendapatan Devisa dari sector Pariwisata (2009-2019E)	4
1.3	Tempat penghunian kamar Provinsi Banten 2018	5
1.4	Jumlah Wisatawan Nusantara Berkunjung ke Objek Wisata Banten	8
1.5	Jumlah Wisatawan Mancanegara Berkunjung ke Objek wisata Banten...	9
2.1	Tahap Tahap Pembelian	16
2.2	Kerangka Konseptual	34
3.3	Langkah-Langkah Analisis dalam PLS	43
4.2	Gravik AVE (Avarage Variance Extracted).....	60
4.3	Model Pengukuran (Outer Model).....	71
4.4	Model Struktural (Inner Model).....	71

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Surat Ijin Penelitian	87
2.	Kuesioner.....	88
3.	Tabulasi Jawaban Responden.....	92
4.	Deskripsi Responden.....	109
5.	Dokumentasi	111

