

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAYA TARIK  
WISATA, DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT  
BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA HALAL DKI  
JAKARTA PADA GENERASI Z  
(Studi Kasus Pada Destinasi Wisata “Halal Park Jakarta”)**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAYA TARIK  
WISATA, DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT  
BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA HALAL DKI  
JAKARTA PADA GENERASI Z  
(Studi Kasus Pada Destinasi Wisata “Halal Park Jakarta”)**

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



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Nama : Rama Yulistiana Putra  
NIM : 43116010002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**

## **SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rama Yulistyana Putra

NIM : 43116010002

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 sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplak).

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2020



**Rama Yulistyana Putra**

**NIM: 43116010002**

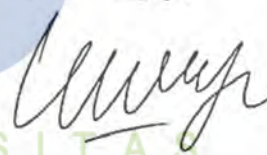
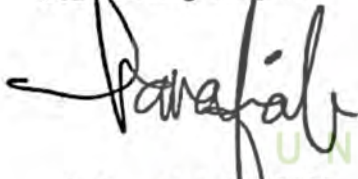
## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rama Yulistyana Putra  
NIM : 43116010002  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Daya Tarik Wista, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Destinasi Wisata Halal DKI Jakarta Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Destinasi Wisata "Halal Park Jakarta")  
Tanggal Lulus Ujian : 30 September 2020

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Ali Hanafiah SE, MM.

Dr. Catur Widavati., SE., MM

Tanggal : 25/10/20

Tanggal : 25 Oktober 2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



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

Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal :

Tanggal :

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam melanjutkan tugas akhir di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Daya Tarik Wisata, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Destinasi Wisata Halal Jakarta Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Destinasi Wisata “Halal Park Jakarta”)**

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Ali Hanafiah, SE. MM. selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat dan saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat tersusun.

2. Bapak 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 Universitas Mercu Buana.
5. Jajaran Program studi manajemen S1, Tine Yuliantini, S.Par.,MM, dan Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku sekretaris I dan II program studi manajemen S1.
6. Kedua Orang Tua dan kedua saudari peneliti motivasi terbesarku yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Teman seperjuangan Rega dan Gusti. Teman-teman UKMI Al Faruq terkhusus FSI Asy Syifa, Teman-teman seperjuangan bimbingan, yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan selalu ada untuk bertukar pikiran.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan

kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 27 Agustus 2020

Rama Yulistyana Putra





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	12
1. Kontribusi Praktis.....	12
2. Kontribusi Teoritis.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	14
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Perilaku Konsumen .....	14
2. Minat Berkunjung .....	22
3. <i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM) .....	24
4. Daya Tarik Wisata.....	26
5. Citra Destinasi .....	28
B. Penelitian Terdahulu .....	31
C. Hubungan Antar Variabel .....	34
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Berkunjung.....	34
2. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung .....	34
3. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung.....	35



D. Kerangka Berfikir .....	36
E. Hipotesis .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
B. Desain Penelitian.....	40
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	40
1. Definisi Variabel .....	40
2. Operasional Variabel .....	42
D. Skala Pengukuran Variabel.....	45
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	46
1. Populasi .....	46
2. Sampel .....	46
F. Metode Pengumpulan Data.....	47
G. Metode Analisis Data.....	48
1. IBM SPSS Statistic 23.....	49
2. Analisis PLS.....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	58
B. Statistik Deskriptif.....	59
1. Deskriptif Responden.....	59
2. Deskriptif Variabel .....	62
C. Metode Analisis Data.....	68
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	70
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	77
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	83
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Berkunjung.....	83
2. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung .....	84
3. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung.....	86
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>87</b>
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Perkembangan Peringkat Negara Islam Sebagai Destinasi Wisata Halal Tahun 2019.....	3
Tabel 1.2	Data Peringkat Destinasi Wisata Halal Indonesia Tahun 2018-2019 .....	4
Tabel 1.3	Hasil Penilaian berdasarkan kriteria ACES Pada Provinsi DKI Jakarta .....	5
Tabel 1.4	Data Kunjungan Wisatawan Nusantara ke DKI Jakarta .....	6
Tabel 1.5	Hasil Pra Survey Peneliti Tahun 2019 .....	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.2	Skala Likert.....	45
Tabel 3.3	<i>Rule of thumb validitas outer model reflektif</i> .....	53
Tabel 3.4	<i>Rule of thumb realibilitas outer model reflektif</i> .....	54
Tabel 3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural .....	57
Tabel 4.1	Statistik Deskriptif Responden.....	60
Tabel 4.2	Hasil Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1).....	62
Tabel 4.3	Hasil Deskriptif Variabel Daya Tarik Wisata (X2).....	64
Tabel 4.4	Hasil Deskriptif Variabel Citra Destinasi (X3).....	65
Tabel 4.5	Hasil Deskriptif Variabel Minat Berkunjung (Y) .....	67
Tabel 4.6	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	71
Tabel 4.7	Hasil Pengujian <i>Cross Loading</i> .....	73
Tabel 4.8	Hasil Pengujian <i>Fornell Lacker Criterion</i> .....	75
Tabel 4.9	Hasil Pengujian HTMT .....	76
Tabel 4.10	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> Dan <i>Cronbach Alpha</i> .....	77
Tabel 4.11	Hasil Pengujian VIF .....	78

Tabel 4.12	Hasil Pengujian <i>Path Coefficient</i> .....	79
Tabel 4.13	Hasil Pengujian <i>R-Square</i> .....	81
Tabel 4.14	Hasil Pengujian F-Square.....	82
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Prediction Relevance .....	83



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS.....	69
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS.....	72
Gambar 4.3	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	79



## DAFTAR LAMPIRAN

1	<b>Lampiran 1:</b> Pra Survey .....	98
2	<b>Lampiran 2:</b> Kueisioner Penelitian .....	100
3	<b>Lampiran 3:</b> Hasil Kuesioner .....	106
4	<b>Lampiran 4:</b> Hasil Output SPSS 23.....	129
5	<b>Lampiran 5:</b> Hasil Output PLS.....	141

