

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *RISK PERCEPTION*
TERHADAP MINAT KUNJUNG GENERASI Z MUSLIM PADA WISATA HALAL
DI LOMBOK PASCA COVID-19 DENGAN PENDEKATAN TPB**

SKRIPSI



Nama : Safitri Putri Indrawan

NIM : 43117010012

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

JAKARTA

2021

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *RISK PERCEPTION*
TERHADAP MINAT KUNJUNG GENERASI Z MUSLIM PADA WISATA
HALAL DI LOMBOK PASCA COVID-19 DENGAN PENDEKATAN TPB**

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



Nama : Safitri Putri Indrawan

NIM : 43117010012

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

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Safitri Putri Indrawan

NIM 43117010012

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa proposal 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 proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Januari 2021



Safitri Putri Indrawan


43117010012

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Safitri Putri Indrawan
NIM : 43117010012
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Risk Perception Terhadap Minat Kunjng Generasi Z Muslim Pada Wisata Halal Di Lombok Pasca Covid-19 Dengan Pendekatan TPB
Tanggal Sidang : 07/04/2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Ali Hanafiah, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 07210009



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Lombok merupakan pulau memiliki keindahan alam yang indah yang mayoritas penduduknya beragama Islam dan Lombok juga sebagai salah satu pulau yang ditetapkan sebagai tujuan wisata halal.. Saat ini tren pariwisata terbaru adalah pariwisata halal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Risk perception* terhadap Minat Berkunjung Generasi Z Muslim Pada Wisata Halal di Lombok Pasca Covid-19 dengan Pendekatan TPB. Objek penelitian ini adalah para Generasi Z. Penelitian ini dilakukan terhadap 217 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif *Variance Based Structural Equation Model* dengan alat analisis Smart-PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Generasi Z Muslim. Hasil penelitian menunjukkan sikap, norma subjektif, *perceived behaviour control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan Generasi Z Muslim. Sedangkan untuk *Risk perception* tidak signifikan berpengaruh terhadap minat berkunjung Generasi Z Muslim.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, *Risk Perception*, Sikap, Norma Subjektif, *Perceived Behaviour Control*, Minat Berkunjung, Wisata Halal, Generasi Z Muslim, Covid-19, Lombok.

ABSTRAK

Lombok has a beautiful natural beauty which is a Muslim population and Lombok is also one of the islands designated as a halal tourist destination. Currently, the latest tourism trend is halal tourism. The purpose of this study was to see and analyze the effect of the Electronic Word of Mouth and Risk perception on the Interest in Visiting Generation Z on Halal Tourism in Lombok Post-Covid-19 with the TPB Approach. The object of this research is the Generation Z. The research was conducted on 217 respondents using a quantitative approach Variance Based Structural Equation Model with Smart-PLS 3.0 analysis tools. The results showed that the Electronic Mouth had a positive and significant effect on the interest of Generation Z Muslims. The results showed that attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control had a positive and significant effect on the interest of Generation Z Muslim visits. Meanwhile, risk perception does not significantly affect the interest of Generation Z Muslims.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Risk Perception, Attitudes, Subjective Norms, Perceived Behavior Control, Visiting Interest, Halal Tourism, Generation Z Muslim, Covid-19, Lombok.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *RISK PERCEPTION* TERHADAP MINAT KUNJUNG GENERASI Z MUSLIM PADA WISATA HALAL DI LOMBOK PASCA COVID-19 DENGAN PENDEKATAN TPB”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Ali Hanafiah, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, MS. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Arief Bowo Prayoga, SE., MM, Ph.D selaku dosen metodologi penelitian yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan

semangat dan saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
6. Kedua orangtua tercinta dan terkasih Papah dan Mamah H.Dovi Indrawan dan Hj.Titin Suprihatin yang selalu memberikan doa, serta dukungan baik moril maupun materil Serta orang yang memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
7. Teman Ormawa FEB khususnya Badan Eksekutif Mahasiswa Periode 2018-2019, dan Badan Eksekutif Mahasiswa Periode 2019-2020. Sudah mampu memberikan pengalaman berharga dalam berorganisasi yang baik selama penulis berada di dalam Ormawa Badan Eksekutif Mahasiswa.
8. Teman terkasih, seperjuangan, tempat berkeluh kesah dari semester 1 dan teman seperbimbingan Devi Tri Utami, Yera Zunistiani, Nurul Rizka F., Dessy Nuramalia, Dewa Wilantara, Ali Aulia F., Syohrian, Gian Rafi, Achmad Tirta, Kento Apriansyah, Muhammad Rafli, Shindy Diana yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.
9. Teman-teman Management Club yang berprestasi.

10. Dan untuk Ka Anissa Diah Rachmania yang selalu memberikan bantuan, dan selalu sabar mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

11. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam tugas akhir ini. Terima kasih.

Jakarta, 16 Januari 2020

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Safitri Putri Indrawan

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.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Manajemen dan Pariwisata	15
a. Pengertian Manajemen	15
b. Manajemen Pemasaran.....	16
c. Bauran Pemasaran	17
d. STP (<i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i>).....	20

e. Perilaku Konsumen	19
2. Pariwisata	20
a. Manajemen Pariwisata	20
b. Jenis-jenis Wisata.....	21
c. Wisata Halal	23
d. Pemasaran Pariwisata.....	29
3. Generasi Z Muslim.....	30
4. <i>Theory Of Planned Behaviour</i>	32
a. Sikap	34
b. Norma Subjektif.....	37
c. <i>Perceived Behaviour Control</i>	38
5. Minat Berkunjung	40
a. Pengertian Minat Berkunjung	40
6. <i>Electronic word of mouth</i>	42
a. Pengertian <i>Electronic word of mouth</i>	42
7. <i>Risk Perception</i>	44
B. Penelitian Terdahulu.....	47
C. Hubungan Antar Variabel	50
D. Kerangka Konseptual	55
E. Hipotesis	55
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	57
B. Desain Penelitian	57
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	58
1. Definisi Variabel.....	58
2. Operasional Variabel	60

D.	Skala Pengukuran Variabel.....	64
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	65
	1. Populasi Penelitian	65
	2. Sampel	65
F.	Metode Pengumpulan Data.....	67
G.	Metode Analisis Data	67
	1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	68
	a. <i>Convergent Validity</i>	68
	b. <i>Discriminant Validity</i>	68
	c. <i>Composite Reliability dan Cronach Alpha's</i>	69
	2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	70
	a. Uji Multikolinearitas (<i>Variance InflationFactor</i>).....	70
	b. Hasil Pengujian Hipotesis(<i>Path Coefficients</i>)	71
	c. Nilai R-Square	71
	d. f^2 <i>Effect Size</i>	71
	e. <i>Prediction Relevance (Q square)</i>	72

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	73
B.	Karakteristik Responden	75
C.	Hasil Deskriptif Variabel	78
	1. Deskriptif Variabel Minat Berkunjung (Y).....	78
	2. Deskriptif Variabel <i>Electronic Word Of Mouth (X1)</i>	79
	3. Deskriptif Variabel <i>Risk Perception (X2)</i>	81
	4. Deskriptif Variabel Sikap (X3)	83
	5. Deskriptif Variabel Norma Subjektif (X4).....	84

6. Deskriptif Variabel <i>Perceived Behaviour Control</i> (X5)	85
D. Metode Analisa Data.....	86
1. Evaluasi <i>Measurement Model</i> (<i>Outer Model</i>)	87
a. <i>Convergent Validity</i>	87
b. <i>Discriminant Validity</i>	90
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronach Alpha's</i>	94
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	95
a. Uji Multikolinearitas (<i>Variance Inflation Factor</i>).....	95
b. Nilai <i>R-Square</i>	96
c. <i>f² Effect Size</i>	97
d. <i>Prediction Relevance</i> (<i>Q square</i>).....	97
e. Hasil <i>path coefficients</i>	98
E. Pembahasan Hasil Penelitian	101
1. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1) Terhadap Minat Berkunjung (Y)	101
2. Pengaruh <i>Risk Perception</i> (X2) Terhadap Minat Berkunjung (Y)....	102
3. Pengaruh Sikap (X3) Terhadap Minat Berkunjung (Y)	103
4. Pengaruh Norma Subjektif (X4) Terhadap Minat Berkunjung (Y) ..	103
5. Pengaruh <i>Perceived Behaviour Control</i> (X5) Terhadap Minat Berkunjung (Y)	104
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	105
B. Saran.....	106
 DAFTAR PUSTAKA	111
 LAMPIRAN	118

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Data Pengunjung Wisatawan NTB 2016-2018	5
1.2	Peringkat Hasil Prasurvey	10
2.1	Penelitian Terdahulu	47
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	62
3.3	<i>Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif</i>	68
3.4	<i>Rule of Thumb Realibilitas Outer Model Reflektif</i>	69
3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	72
4.1	Statistik Deskripsi Sampel	76
4.2	Hasil Deskriptif Variabel Minat Berkunjung	78
4.3	Hasil Deskriptif Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	79
4.4	Hasil Deskriptif Variabel <i>Risk Perception</i>	81
4.5	Hasil Deskriptif Variabel Sikap.....	83
4.6	Hasil Deskriptif Variabel Norma Subjektif	84
4.7	Hasil Deskriptif Variabel <i>Perceived Behaviour Control</i>	85
4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	89
4.9	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	90
4.10	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)</i>	93
4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio(HTMT))</i>	93
4.12	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability dan Cronbach Alpha's</i>	94

4.13	Hasil Pengujian <i>Variance Collinearity Statistic (VIF)</i>	95
4.14	Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	96
4.15	Hasil Pengujian Pengujian <i>f² Effect Size</i>	97
4.16	Hasil Pengujian <i>Prediction Relevance (Q square)</i>	98
4.17	Hasil Pengujian <i>path coefficients</i>	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Gambar Kerangka Konseptual.....	55
2.2	Kerangka Konseptual.....	61
4.1	Hasil Algoritma PLS.....	88
4.2	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Lampiran 1: Pra Survei	118
2.	Lampiran 2: Kuesioner Penelitian.....	120
3.	Lampiran 3: Hasil Kuesioner Responden	126
4.	Lampiran 4: Hasil <i>Output</i> PLS.....	138

