

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE MALIOBORO YOGYAKARTA

SKRIPSI



Nama : Khor Nur Fauziah

Nim 43119010071

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2024

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE MALIOBORO YOGYAKARTA

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



Nama : Khoris Nur Fauziah

Nim 43119010071

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khori Nur Fauziah

Nim : 43119010071

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 Januari 2024



Khori Nur Fauziah

NIM: 43119010071

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Khori Nur Fauziah
Nim : 43119010071
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK WISATA, ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE MALIOBORO
YOGYAKARTA
Tanggal Sidang : 4 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing

Fitria Nursanti, S.E., M.Pd

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04243841



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata, *electronic word of mouth* (e-wom) dan citra destinasi terhadap minat berkunjung ke Malioboro Yogyakarta. Salah satu destinasi yang menarik banyak perhatian wisatawan adalah Malioboro yang terletak di Yogyakarta. Malioboro mengalami kenaikan dan penurunan pada kunjungan wisata yang disebabkan oleh adanya covid-19 serta pengaruhnya sosial media yang saat ini dapat di akses semua kalangan. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang belum pernah berkunjung ke Malioboro. Sampel yang di pergunakan adalah sebanyak 105 responden, di hitung berdasarkan rumus *hair et al.* Metode penarikan sampel menggunakan *non-probability* dan *convenience sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, *electronic word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

Kata Kunci: Daya Tarik, Electronic Word of Mouth, Citra Destinasi, Minat Berkunjung.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of tourist attractions, electronic word of mouth (e-wom) and destination image on interest in visiting Malioboro Yogyakarta. One destination that attracts a lot of tourist attention is Malioboro, which is located in Yogyakarta. Malioboro has experienced an increase and decrease in tourist visits due to Covid-19 and the influence of social media which can now be accessed by all groups. The population in the study were tourist who have never visited Malioboro. The sample used is 105 respondents, calculated based on the formula Hair et al. The sampling method uses non-probability and convenience sampling. The Methods of data collection using survey method, with the research instrument is a questionnaire. The data analysis method using Partial Least Square. The research results show that tourist attraction has a positive and significant effect on interest in visiting, electronic word of mouth does not have a significant effect on interest in visiting and destination image has a positive and significant influence on interest in visiting.

Keywords: Attraction, Electronic Word of Mouth, Image of Destinations, Interest in Visiting.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, *Electronic Word Of Mouth* dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung ke Malioboro Yogyakarta

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan maupun kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini pun tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Ibu Fitria Nursanti, SE, M.Pd selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, serta pengetahuan yang sangat bermanfaat yang diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti haturkan syukur Alhamdulillah atas karunia Allah SWT yang telah mencurahkan anugerah-Nya, serta ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

4. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
5. Bapak Dair Hadisiswoyo dan Ibu Rasini selaku orang tua saya serta kakak saya Tuti Haryanti dan Mega Kurnia yang selalu memberikan dukungan baik secara psikologis maupun materi sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
6. Para sahabat dan teman-teman penulis yaitu, Nafila Sekar Arum, Aldina Seldza, Fadhli Arrahman, Sandy Alfahrisy, Rizky Insani, Gaby Damayanti dan teman teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu serta tante Icha dan tante Ana yang telah memberikan motivasi terus – menerus, mau mendengarkan keluh kesah penulis, serta membantu penulis ketika sedang merasa kesulitan dalam mengerjakan skripsi.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki oleh peneliti, Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, 11 Januari 2024



Khori Nur Fauziah

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
1. Kajian Pustaka	14
1. Pariwisata	14
a. Pengertian pariwisata	14
b. Jenis – jenis pariwisata	15
2. Minat Berkunjung	18
a. Pengertian Minat Berkunjung	18
b. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung	19
c. Indikator dan Dimensi Minat Bekunjung	19
3. Daya Tarik Wisata	20
a. Pengertian Daya Tarik Wisata	20
b. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata	20
c. Syarat – Syarat Daya Tarik Wisata	21
d. Indikator dan Dimensi Daya Tarik Wisata	22
4. <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	24
a. Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth</i>	24
b. Faktor- Faktor <i>Electronic Word Of Mouth</i>	25
c. Indikator dan Dimensi <i>Electronic Word Of Mouth</i>	26
5. Citra Destinasi	27
a. Pengertian Citra Destinasi	27
b. Kategori Citra Destinasi	28
c. Pembentukan Citra Destinasi	28

d. Indikator dan Dimensi Citra Destinasi	29
6. Peneliti Terdahulu	30
2. Pengembangan Hipotesis	40
1. Hubungan antara Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung	40
2. Hubungan antara <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Minat Berkunjung	40
3. Hubungan antara Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Waktu dan Tempat Penelitian	42
B. Desain Penelitian	42
C. Definisi dan Operasional Variabel	42
1. Definisi Variabel	42
2. Operasional Variabel	43
D. Skala Pengukuran Variabel	45
E. Populasidan Sampel	45
a. Populasi	45
b. Sampel	45
F. Metode Pengumpulan Data	46
G. Metode Analisis Data	46
1. Analisis Deskriptif	47
a. Analisi Deskriptif Responden	47
b. Analisis Deskriptif Variabel	47
2. Uji Instrumen	47
a. Uji Validitas	47
b. Uji Reliabilitas	48
3. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	48
a. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	50
b. Pengujian Model Struktural atau Pengujian Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
B. Analisis Data	55
1. Analisis Deskriptif Responden	55
a. Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin	55
b. Deskriptif Berdasarkan Usia	56
c. Deskriptif Berdasarkan Pekerjaan	57
2. Deskriptif Variabel	57
a. Deskriptif Jawaban Responden Minat Berkunjung	57
b. Deskriptif Jawaban Responden Daya Tarik Wisata.....	59
c. Deskriptif Jawaban Responden <i>Electronic Word Of Mouth</i>	60
d. Deskriptif Jawaban Responden Citra Destinasi	61
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	62

a. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	62
b. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
C. Pembahasan Hasil Penelitian	69
1. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung	69
2. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Minat Berkunjung	70
3. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung.....	71
BAB V PENUTUP	72
A. Simpulan	72
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	84



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Kuesioner Pra-Survey	9
Tabel 1.2 <i>Research Gap</i>	12
Table 2.1 Peneliti Terdahulu	32
Table 3.1 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responde	59
Table 4.2 Usia Responden	60
Table 4.3 Pekerjaan Responden	61
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Minat Berkunjung	62
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Daya Tarik Wisata	63
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden <i>Electronic Word Of Mouth</i>	64
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Citra Destinasi	65
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	66
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	68
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	69
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>R-Square</i>	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Nilai <i>Effect Size</i> (F^2)	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Kunjungan Wisatawan ke Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Data Kunjungan Wisatawan di Yogyakarta	4
Gambar 1.3 Data Kunjungan Wisatawan Teras Malioboro 2022	5
Gambar 1.4 Data Kunjungan Wisatawan Teras Malioboro 2023.....	6
Gambar 2.1 Bagan Sistem Pemasaran	15
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	44
Gambar 4.1 Hasil Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	71



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pra-Survey Minat Berkunjung.....	84
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 3 Hasil Kuesioner Penelitian	97
Lampiran 4 Mean Dan Standar Deviasi Data	109
Lampiran 5 Hasil Uji Convergent Validity	110
Lampiran 6 Hasil Uji Discriminant Validity	111
Lampiran 7 Hasil Uji Construct Reliability	112
Lampiran 8 Hasil Uji R Square.....	112
Lampiran 9 Hasil Uji Bootstrapping.....	113

