

**PENGARUH E-WOM DAN *DESTINATION IMAGE*
TERHADAP *VISIT INTENTION* PADA PULAU KELAPA DI
KEPULAUAN SERIBU**

SKRIPSI

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



Nama : Muhammad Andhika Fahlevi

Nim : 43114010242

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2018

Yayasan Menara Bhakti UNIVERSITAS MERCU BUANA Perpustakaan Pusat	
Sumber :	Sumbangan
Tanggal :	9 - OKT - 2018
No. Reg. :	1. S18192671 2. SE/31/18/SSO

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Andhika Fahlevi

NIM : 43114010242

Program Studi : S1 Manajemen

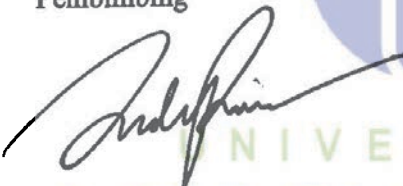
Judul Skripsi : Pengaruh E-WOM dan *Destination Image* Terhadap *Visit Intention* Pada Pulau Kelapa di Kepulauan Seribu

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing

Ketua Penguji


Dudi Permana, Ph.D

Tanggal : 25/9-2018


Dra. Yuni Astuti, MS

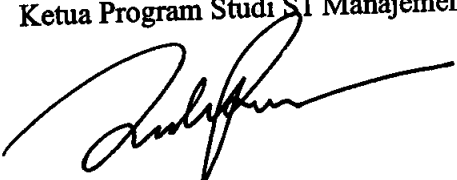
Tanggal : 25 Sept 2018

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Harnovinsyah, Ak.M.Si.,CA.,
CIPSAS.,CMA.,CRS

Tanggal :


Dudi Permana, Ph.D

Tanggal : 25/9 2018.

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Andhika Fahlevi

NIM : 43114010242

Program Studi : Ekonomi - Manajemen S1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Maret 2018



Muhammad Andhika Fahlevi

ABSTRACT

This research aims to identify the impact of destination image of tourist attraction, E-WOM on visit intention. The object for this research is Pulau Kelapa at administrative district of Kepulauan Seribu DKI Jakarta Province. Quantitative-descriptive approach have employed in this study. The questionnaire have distributed to 160 respondents. Thus, SEM-PLS have adobted to run data analysis. These research founds that E-WOM and destination image have been significantly influence on visit intention of Pulau Kelapa at Kepulauan Seribu, and E-WOM have been significantly influence on destination image of Pulau Kelapa at Kepulauan Seribu.

Keywords : E-WOM, Destination Image, Visit Intention





ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra destinasi objek wisata, E-WOM terhadap minat wisatawan untuk berkunjung. Objek penelitian ini adalah Pulau Kelapa di wilayah Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu Provinsi DKI Jakarta. Penelitian ini dilakukan terhadap 160 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Oleh karena itu, Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji t E-WOM dan destination image berpengaruh signifikan terhadap visit intention pada Pulau Kelapa di Kepulauan Seribu, dan E-WOM berpengaruh signifikan terhadap destination image pada Pulau Kelapa di Kepulauan Seribu.

Kata Kunci : E-WOM, Citra Destinasi, Minat Berkunjung



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh E-WOM dan *Destination Image* Terhadap *Visit Intention* pada Pulau Kelapa di Kepulauan Seribu”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Kakak dan Adik tercinta serta keluarga besar yang telah memberikan semangat, doa, dukungan, motivasi, pengertian dan kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa mencapai pendidikan hingga saat ini.

2. Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM.,IPU.,CMS.,MSS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Harnovinsah, Ak.,Si.,CA.,CIPSAS.,CMA.,CRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Jajaran Program studi manajemen S1, Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku kaprodi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Mochamad Soelton, S.Psi., dan Ibu Ryani Diyan Parashakti, SE., MM selaku sekretaris I dan II program studi Manajemen S1.
6. Teman dan Sahabat “KANSUR” yang telah memberikan motivasi dan semangat serta pengalaman yang sangat berharga untuk penulis. Terutama Ahmad Aqil H Lubis yang telah menjadi mentor bagi penulis.
7. Teman dan Sahabat Oki Indra Pramana, Rahman Rizki Fauzi, Dicky Gilang Ramadhan, Billquis Kamil Arasy, Reza Yanuar Fahlevi, Tunggul Van Roy, Adhitya Wijaya Pratama, Nengah Budi Hartane, Agung Budi. Terimakasih telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis serta pengalaman yang sangat berharga.
8. Teman dan Sahabat “Kost D’Orange” Mas Iyan, Mas Angger, Randa Eka Noverino, Suryadi Syafutra, Ahmad Abussimal, Reza Abdullah. Terima kasih sudah memberikan semangat, motivasi, serta memberikan banyak pengalaman

berharga, semoga kita sukses bersama dan kita selalu dalam lindungan Allah SWT.

9. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Oktober 2017

Hormat Saya

Muhammad Andhika Fahlevi

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Kontribusi penelitian.....	13
1. Tujuan Penelitian.....	13
2. Kontribusi Penelitian.....	14
BAB II	15
A. KAJIAN PUSTAKA.....	15
1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	15
2. Pemasaran Pariwisata	25
3. <i>Visit Intention</i>	29
4. E-WOM.....	32
5. <i>Destination Image</i>	37
B. RERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	40
1. Penelitian Terhadap.....	40
2. Hubungan antara variable.....	46
3. Rerangka Pemikiran	48
BAB III	50
A. Waktu dan Tempat Penelitian	50
B. Desain Penelitian.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Luas Daratan Pulau Pemukiman menurut Kelurahan	5
Tabel 1.2 Jumlah pulau dan luas pulau menurut kelurahan	7
Tabel 1.3 Jumlah Kunjungan ke Obyek Wisata Pulau Kelapa, 2013 – 2016	8
Tabel 1.4 Jumlah Kunjungan ke Obyek Wisata Unggulan, 2013-2016	9
Tabel 1.5 Pra Survey	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	53
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	55
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 4.2 Usia Responden.....	63
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden	64
Tabel 4.4 Pengeluaran Responden.....	64
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel E-WOM	65
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Destination Image</i>	66
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Visit Intention</i>	67
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	68
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	70
Tabel 4.10 Uji <i>Discriminant Validity</i> (Fornell Larcker)	71
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	72
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	73
Tabel 4.13 Nilai R ² Variabel Endogen.....	73

C. Definisi dan Operasional Variabel	51
1. Definisi Variabel	51
2. Operasional Variabel	52
D. Pengukuran Variabel	54
E. Populasi dan Sampel Penelitian	55
1. Populasi Penelitian	55
2. Sampel Penelitian	56
F. Teknik Pengumpulan Data	57
G. Jenis Data Penelitian	58
H. Metode Analisis Data	58
1. SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>) – PLS (<i>Partial Least Square</i>)	58
2. Langkah Langkah Pengujian Analisis PLS	59
BAB IV	62
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
B. Statistik Deskriptif	63
1. Jenis Kelamin	63
2. Usia	63
3. Tingkat Pendidikan	64
4. Pengeluaran Perbulan	64
C. Deskriptif Jawaban Responden	65
1. Variabel E-WOM	65
2. Variabel <i>Destination Image</i>	66
3. Variabel <i>Visit Intention</i>	67
D. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	67
1. <i>Evaluasi Measurement (Outer Model)</i>	68
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	73
E. Pembahasan	78
1. Pengaruh E-WOM terhadap <i>Visit Intention</i>	78
2. Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Visit Intention</i>	78

3. Pengaruh E-WOM terhadap <i>Destination Image</i>	79
BAB V	80
A. Simpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 The theory of planned behavior	16
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran Penelitian	49
Gambar 4.1 Hasil Algorithm PLS	69
Gambar 4.2 Hasil Algorithm PLS (Modifikasi)	70
Gambar 4.3 Hasil Boostapping	77



Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis	76
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	90
Lampiran 2	Hasil Karakteristik Responden	94
Lampiran 3	Karakteristik Jawaban Responden	95
Lampiran 4	Hasil Pengujian <i>Measurement (Outer Model)</i>	96
Lampiran 5	Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	100

