

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
(*eWOM*) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DAN  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

**(Studi pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana  
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**Fungkiya Sari**

**NIM. 135030201111126**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
KONSENTRASI PEMASARAN  
MALANG  
2018**

## **MOTTO**

*Percayalah pada proses karena proses tak akan membohongi hasil, semakin engkau berusaha dan berproses maka semakin jelas hasil yang akan kau dapatkan. Jangan pernah menyerah dengan yang namanya proses, dengan proses kita mengetahui bagaimana senang dan sedihnya hidup.*

*- Fungsi Sari-*

## **TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

## **TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

## RINGKASAN

Fungkiya Sari, Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-wom)* terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi pada wisata Coban Rais BKPH Pujon). Edriana Pangestuti, SE., M.Si., DBA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, (1) pengaruh *E-wom* terhadap Minat berkunjung, (2) Pengaruh Minat Berkunjung terhadap Keputusan Berkunjung, (3) Pengaruh *E-wom* terhadap Keputusan Berkunjung.

Penelitian ini menggunakan metode penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Objek pada penelitian ini adalah pengunjung wisata Coban Rais BKPH Pujon. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin* dan mendapatkan sampel sebanyak 123 wisatawan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menyebar kuisioner secara online.

Hasil penelitian diketahui bahwa (1) variabel *E-wom* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung dengan koefisien jalur beta ( $\beta$ ) sebesar 0,585, (2) variabel minat berkunjung berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan koefisien jalur beta ( $\beta$ ) sebesar 0,291, (3) variabel *E-wom* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan koefisien jalur beta ( $\beta$ ) 0,506. Hasil yang diperoleh menghasilkan kesimpulan bahwa dengan adanya media sosial bagi suatu wisata menimbulkan keinginan yang besar bagi wisatawan untuk melakukan keputusan berkunjung.

**Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth (E-wom)*, Minat Berkunjung, Keputusan Berkunjung.**

## SUMMARY

Fungkiya Sari, Influence *Electronic Word of Mouth (E-wom)* against Interest Visiting and Decision Visit (Study on tours Coban Rais BKPH Pujon).

Edriana Pangestuti, SE., M.Si., DBA.

This research aimed to find out, (1) the influence *E-wom* to Interest visit, (2) Effect Interest Visiting to Decision Visit, (3) Effect *E-wom* to Decision Visit.

This research used method explanation (*explanatory research*) with quantitative approach. Objects on research this is visitors tours Coban Rais BPKPH Pujon. The technique to determine the sample stratified *purposive sampling* by using formula *Slovin* and it obtained 123 travelers. Method analysis of the data used in research this is spread questionnaire online.

The results of the research showed that (1) variable *E-wom* take effect significant to interest visit with coefficient lane beta  $(\beta)$  of 0.585 (2) variable interest visit take effect significant to decision visit with coefficient lane beta  $(\beta)$  of 0.291, (3) a variable *E-wom* take effect significant to decision visit with coefficient lane beta  $(\beta)$  0.506. Results obtained produce conclusion that with their social media for something to urscause a great desire for traveler for do decision visit.

**Word Keywords:** *Electronic Word of Mouth (E-wom)*, **Interests Visit, Decision visit.**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan berkah atas segala karunia yang diberikan kepada peneliti menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-wom)* terhadap Minat berkunjung dan Keputusan Berkunjung”.

Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Junjungan Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan orang-orang yang mengikutinya hingga akhir kelak. Penulisan laporan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menempuh ujian skripsi sehingga peneliti dapat meraih gelar sarjana.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Pihak-pihak yang membatu baik secara moril, materil, masukan, diskusi, dan saran dalam rangka menyelesaikan skripsi ini. Penulis ucapkan terima kasih dan memberikan penghargaan sebesarbesarnya kepada:

1. Saya Ucapkan Syukur alhamdulillah terhadap Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan.
2. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.
3. Dr. M. AL Musadiq, MBA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.
4. Dr. Wilopo, M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.



5. Ibu Edriana Pangestuti, SE., M.Si, DBA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan waktu, petunjuk, arahan, dan kemudahan berkomunikasi hingga terselesainya skripsi ini.
6. Kepada kedua orang tua saya yang menjadi motivasi utama saya untuk menyelesaikan tugas akhir
7. Keluarga saya, yang telah memberikan motivasi, doa, dan dukungannya selama saya menuntut ilmu.
8. Kepada teman yang selalu mendukung saya dan memberikan motivasi Ika Dwi Ayuningrum, Lina Fauziyyah, Irma Damayanti, Andhini Paramita, Ines Destin, Diyah Arfiana.
9. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberi bantuan dan informasi kepada penulis hingga terselesainya skripsi ini.

Demikian laporan skripsi ini penulis buat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan kesempurnaan laporan skripsi. Semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Malang, 19 November 2017

Fungkiya Sari

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>i</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKripsi</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKripsi</b> .....	<b>iii</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>SUMMARY</b> . .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kontribusi Penelitian .....	6
E. Sistematika Pembahasan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Empirik .....	9
B. Kajian Teoritis .....	17
1. Konsep Pemasaran .....	17
2. Komunikasi Pemasaran .....	18
3. <i>Electronic World of Mouth</i> .....	21
4. Minat Beli .....	26
5. Keputusan Pembelian .....	27
C. Hubungan antar Variabel .....	31
1. Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Minat Beli .....	31
2. Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Keputusan Berkunjung .....	32
3. Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Berkunjung .....	33
D. Model Hipotesis .....	34

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A.	Jenis Penelitian .....	35
B.	Lokasi Penelitian .....	35
C.	Variabel, Definisi Operasional dan Skala .....	36
	1. Variabel .....	36
	2. Definisi Operasional .....	37
	3. Skala Pengukuran .....	41
D.	Populasi, sampel, dan Teknik Pengumpulan Sampel .....	42
	1. Populasi .....	42
	2. Sampel .....	42
	3. Teknik Pengambilan Sampel .....	43
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	44
	1. Sumber Data .....	44
	2. Metode Pengumpulan Data .....	44
	3. Instrumen Penelitian .....	45
F.	Validitas dan Reabilitas .....	45
	1. Uji Validitas .....	45
	2. Uji Reabilitas .....	46
G.	Analisis Data .....	49

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian Dan Objek Wisata .....	52
B.	Gambaran Umum Wisatawan .....	55
	1. Distribusi Frekuensi Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
	2. Distribusi Frekuensi Wisatawan Berdasarkan Usia .....	56
	3. Distribusi Frekuensi Wisatawan Berdasarkan Kota Asal.....	57
	4. Distribusi Frekuensi Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan.....	58
	5. Distribusi Frekuensi Wisatawan Berdasarkan Pendapatan atau Uang aku Per Bulan .....	59
	6. Distribusi Frekuensi Wisatawan Pernah Berkunjung.....	59
C.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	61
	1. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>E-wom</i> .....	62
	2. Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat Berkunjung ( $Y_1$ ) .....	67
	3. Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Berkunjung ( $Y_2$ ).....	72
D.	Pengujian Analisa Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	74
	1. Koefisien Jalur <i>E-wom</i> (X) terhadap Minat Berkunjung ( $Y_1$ ) .....	75
	2. Koefisien Jalur Minat Berkunjung ( $Y_1$ ) terhadap Keputusan Berkunjung ( $Y_2$ ) .....	76
	3. Koefisien Jalur Minat Berkunjung ( $Y_1$ ) sebagai Variabel Intervening dalam Hubungan <i>E-wom</i> (X) terhadap Keputusan Berkunjung ( $Y_2$ ) .....	76

4.	<i>Direct Effect</i> (Pengaruh Langsung).....	77
5.	<i>Indirect Effect</i> (Pengaruh Tidak Langsung).....	78
6.	<i>Total Effect</i> (Pengaruh Total) .....	78
7.	Hubungan Hasil Analisis Jalur.....	79
8.	Ketetapan Model .....	80
E.	Pembahasan Hasil Peneliti.....	81
1.	Pengaruh <i>E-wom</i> terhadap Minat Berkunjung.....	81
2.	Pengaruh Minat Berkunjung terhadap Keputusan Berkunjung .....	82
3.	Pengaruh <i>E-wom</i> terhadap Keputusan Berkunjung .....	84

## **BAB V PENUTUP**

A.	Kesimpulan .....	86
B.	Saran .....	87

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
-----------------------------	------------

## DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
1.	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia.....	1
2.	Kunjungan Wisata Coban di Kota Batu Tahun 2017.....	5
3.	Penelitian Terdahulu.....	14
4.	Definisi Operasional.....	40
5.	Skala Pengukuran <i>Likert</i> .....	41
6.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>E-wom</i> .....	47
7.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Minat Berkunjung.....	48
8.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Berkunjung.....	48
9.	Distribusi Frekuensi responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
10.	Distribusi Frekuensi responden Berdasarkan Usia.....	57
11.	Distribusi Frekuensi responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
12.	Distribusi Frekuensi responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Per Bulan.....	60
13.	Distribusi Frekuensi Wisatawan Pernah Berkunjung.....	61
14.	Nilai Rata-rata.....	62
15.	Distribusi Frekuensi Variabel <i>E-wom</i> (X).....	62
16.	Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berkunjung ( $Y_1$ ).....	68
17.	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Berkunjung ( $Y_2$ ).....	72
18.	Hasil Analisis Jalur.....	75

## DAFTAR GAMBAR

<b>No.</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.	Proses Komunikasi Pemasaran.. .....	19
2.	Tahap Proses Pembelian .....	28
3.	Model Hipotesis.....	34
4.	Diagram Variabel <i>E-wom</i> , Minat Berkunjung, dan Keputusan Berkunjung .....	51
5.	Wisata Coban Rais.....	52
6.	Panggung <i>I Love You</i> .....	53
7.	Ayunan.....	53
8.	<i>Batu Flower Garden</i> .....	54
9.	Gardu Pandang.....	54
10.	Sepedah Gantung.....	54
11.	Hubungan Hasil Analisis Jalur.....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No.</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.	Hasil Kuisisioner Wisatawan.....	104
2.	Jawaban Kuisisioner.....	109
3.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	117
4.	Distribusi Frekuensi Wisatawan.....	124
5.	Distribusi Frekuensi Variabel.....	128
6.	Hasil Uji Analisis Jalur <i>E-wom</i> terhadap Minat Berkunjung.....	139
7.	Hasil Uji Analisis Jalur <i>E-wom</i> terhadap Keputusan Berkunjung .....	141
8.	Daftar Riwayat Hidup.....	145
9.	Kuisisioner.....	146