

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (*E-WOM*) TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESTINASI WISATA ALAM
(Studi Kasus Kawasan Wisata Air Terjun Leuwi Hejo)**

TUGAS AKHIR

FAYUSZA DIPA HERNAWAN

173112340450024



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (*E-WOM*) TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESTINASI WISATA ALAM
(Studi Kasus Kawasan Wisata Air Terjun Leuwi Hejo)**

TUGAS AKHIR

Di Susun Guna Memenuhi Tugas dan Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata
(S.Par)

Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta

Oleh :

FAYUSZA DIPA HERNAWAN

173112340450024



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESTINASI WISATA ALAM (Studi Kasus Kawasan Wisata Air Terjun Leuwi Hejo)

Nama : Fayusza Dipa Hernawan
Nomor Pokok Mahasiswa : 173112340450024
Bidang : PARIWISATA

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir

(Rizki Nurul Nugraha, Sst.Par., MM.Par.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pariwisata



Gagih Pradini, S.Par., M.M.

Jakarta, 02 Februari 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESTINASI WISATA ALAM (Studi Kasus Kawasan Wisata Air Terjun Leuwi Hejo)
Nama : Fayusza Dipa Hernawan
Nomor Pokok Mahasiswa : 173112340450024
Bidang : PARIWISATA

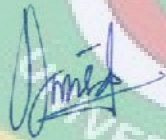
Diterima dan disahkan oleh panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Mengesahkan

Pembimbing Tugas Akhir

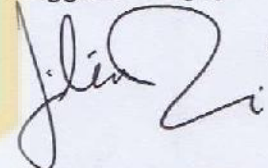
(Rizki Nurul Nugraha, Sst.Par., MM.Par.)

Ketua Penguji



Anisa Putri Kusumaningrum, SST.Par., MM.

Anggota Penguji



5/6/2023

Liliana Dewi, SS., MM.Par

Mengetahui

Dekan



Kumba Higdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.

LEMBAR PENGESAHAN

Penulis menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESTINASI WISATA ALAM

(Studi Kasus Kawasan Wisata Air Terjun Leuwi Hejo)

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, Mei 2023



Fayusza Dipa Hernawan



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah wa syukurillah. Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, kita panjatkan puji syukur atas kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya. Dengan kemudahan dan pertolongan Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Destinasi Wisata Alam (Studi Kasus Kawasan Wisata Air Terjun Leuwi Hejo)”. Laporan Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan studi pada Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta.

Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah berjasa dalam membantu, mendukung dan membimbing penulis selama proses pembuatan Laporan Skripsi ini dari awal hingga akhir. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, SE., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Bapak Gagih Pradini, S.Par., M.M selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Rizki Nurul Nugraha, Sst.Par., MM.Par. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan ilmu dalam memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
6. Seluruh jajaran Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Pariwisata Universitas Nasional.
7. Bapak Hernawan Swa Bina dan Ibu Erna Asmara Santi selaku Orang tua saya yang memberikan doa serta dukungan baik secara moral dan finansial.

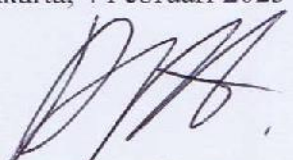
- saya yang memberikan doa serta dukungan baik secara moral dan finansial.
8. Kakek dan nenek yang sudah mendidik dan mendukung saya untuk dapat pendidikan yang lebih baik.
 9. Sahabat kelas angkatan 'Tourism'17 yang telah memberikan cerita, tangis, tawa, dukungan selama 4 tahun dibangku kuliah.
 10. Amaynih Sudarajat selaku teman terbaik saya yang telah mendukung dan menyemangati saya selama pengerjaan tugas akhir ini
 11. Kepada Rico, Rizki, Ilham, Madhan sahabat saya yang selalu mendukung dan menyemangati selama penyusunan skripsi ini.
 12. Dan untuk diri sendiri yang telah mampu berusaha mengerti dan memahi setiap proses kehidupan termasuk dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam pelaksanaan dan penyusunan Laporan Skripsi ini terdapat banyak kekurangan, oleh karenanya kritik dan saran yang dapat membangun sangat diperlukan. Akhir kata semoga Laporan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan juga pembaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Jakarta, 4 Februari 2023


Fayusza Dipa Hernawan

ABSTRAK

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESTINASI WISATA ALAM (Studi Kasus Kawasan Wisata Air Terjun Leuwi Hejo)

Oleh :

Fayusza Dipa Hernawan

173112340450024

Tugas Akhir dibawah bimbingan Rizki Nurul Nugraha, Sst.Par., MM.Par.

Kawasan Air Terjun Leuwi Hejo merupakan salah satu destinasi wisata alam yang ada di Kabupaten Bogor. Keunikan dan karakteristiknya menjadi pilihan bagi wisatawan yang ingin berkunjung dikala pandemic COVID-19. Penelitian ini dilakukan di Kawasan Air Terjun Leuwi Hejo. Dengan tujuan ini untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* yang diukur dengan tiga dimensinya yaitu *Intensity*, *Valence of Opinion* dan *Content* terhadap Keputusan wisatawan dalam berkunjung. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif , dengan pendekatan melalui data yang terdiri atas hasil kuesioner sebanyak 100 responden dengan menggunakan regresi linear berganda SPSS 26. Hasil Penelitian mendapatkan bahwa melalui faktor *Intensity*, *Valence of Opinion* dan *Content* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Kawasan Wisata Air Terjun Leuwi Hejo secara parsial dan simultan.

Kata Kunci : *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*, Kawasan Air Terjun Leuwi Hejo, Keputusan Berkunjung. , SPSS 26

ABSTRACT

THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON DECISIONS TO VISIT AT NATURAL TOURISM DESTINATIONS (Case Study of Leuwi Hejo Waterfall Tourism Area)

By :

Fayusza Dipa Hernawan

173112340450024

Final Project under the guidance Rizki Nurul Nugraha, Sst.Par., MM.Par.

The Leuwi Hejo Waterfall area is one of the natural tourist destinations in Bogor Regency. Its uniqueness and characteristics are the choice for tourists who want to visit during the COVID-19 pandemic. This research was conducted in the Leuwi Hejo Waterfall Area. With this aim to analyze and identify the effect of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) as measured by its three dimensions, namely Intensity, Valence of Opinion and Content on Tourist Decisions in visiting. The method used is descriptive quantitative, with an approach through data consisting of the results of a questionnaire of 100 respondents using SPSS 26 multiple linear regression. The results of the study found that through the Intensity, Valence of Opinion and Content factors influence the decision to visit tourists in the Waterfall Tourism Area Leuwi Hejo partially and simultaneously.

Keywords: Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Leuwi Hejo Waterfall Area, Visiting Decision. , SPSS 26

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	11
A. Latar Belakang Masalah.....	11
B. Perumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
A. Teori yang Terkait dengan Variabel Penelitian	18
1. Konsep Kepariwisata.....	18
2. Keputusan Berkunjung.....	21
3. <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	23
B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	26
C. Hasil Penelitian yang Sesuai dengan Rujukan.....	27
D. Kerangka Analisis	29
E. Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Objek Penelitian	31
B. Rencana dan Tahapan Penelitian	32
C. Data Penelitian	33
D. Populasi dan Sampel	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
G. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	37
1. Analisis Deskriptif	37

2. Uji Kualitas Data.....	38
3. Uji Asumsi Klasik.....	39
4. Pengujian Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penelitian.....	42
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	42
2. Analisis Deskriptif Profil Responden.....	43
3. Analisis Deskriptif Hasil Pertanyaan Penyaring.....	48
4. Analisis Deskriptif Hasil Pertanyaan Inti.....	51
5. Hasil Uji Kualitas Data.....	54
6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
7. Hasil Uji Hipotesis.....	58
B. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	69



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Wisatawan	49
Tabel 4.5 Berapa kali responden membuka internet dalam sehari	50
Tabel 4.6 Pernah berkunjung ke Destinasi Wisata saat Pandemi	51
Table 4.7 Berapa kali responden berkunjung ke destinasi wisata saat pandemi...	52
Table 4.8 Tanggapan wisatawan terhadap Intensity Kawasan Wisata air terjun leuwi hejo	54
Table 4.9 Hasil Uji Validitas	56
Table 4.10 Hasil Uji coba instrument Variabel <i>Intensity</i>	57
Table 4.11 Hasil uji coba instrument Variabel <i>Valence of Opinion</i>	58
Table 4.12 Hasil uji coba instrument variable <i>Content</i>	58
Table 4.13 Hasil uji coba instrument Keputusan Berkunjung	58
Table 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	60
Table 4.15 Hasil Uji F	60
Table 4.16 Hasil Uji Parsial	61
Table 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinan	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pemandangan Curug Leuwi Hejo	3
Gambar 4.1 Sosial Media yang dimiliki responden untuk akses informasi destinasi wisata	49
Gambar 4.2 Destinasi wisata leuwi hejo yang pernah di kunjungi	51
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	57

