

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *DESTINATION IMAGE* DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG

(Studi pada Pengunjung Gamplong Studio Alam di Sleman pada Masa Pandemi Covid-19)

INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON DESTINATION IMAGE AND THEIR IMPACT ON VISITING DECISIONS

(Study on Visitors of Gamplong Studio Alam in Sleman during the Covid-19 Pandemic)



Oleh

INSANI KHOIRUDIN

20180410276

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *DESTINATION IMAGE* DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG

(Studi pada Pengunjung Gamplong Studio Alam di Sleman pada Masa Pandemi Covid-19)

INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON DESTINATION IMAGE AND THEIR IMPACT ON VISITING DECISIONS

(Study on Visitors of Gamplong Studio Alam in Sleman during the Covid-19 Pandemic)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

INSANI KHOIRUDIN

20180410276

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Insani Khoirudin

NIM : 20180410276

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “ **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *DESTINATION IMAGE* DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi pada Pengunjung Gamplong Studio Alam di Sleman pada Masa Pandemi Covid-19)** ” benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 9 Desember 2021



Insani Khoirudin

PERSEMBAHAN

Penulisan skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Kedua orang tua yang tiada henti-hentinya memberikan dorongan moral, materi, maupun spiritual kepada saya. Kedua orang tua yang menjadi motivasi terbesar saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Sahabat saya Faisal, Zulfa, Bayu dan Zaky terimakasih atas bantuan dan dukungannya. Persahabatan kita akan selalu dikenang dan tak akan pudar.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Penulis panjatkan atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan, sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan judul :

“ Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap *Destination Image* dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Studi pada Pengunjung Gamplong Studio Alam di Sleman pada Masa Pandemi Covid-19)”.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini banyak mendapat bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., CA., Akt. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin fakultas tempat penulis menuntut ilmu.
2. Ibu Dr.Rr. Sri Handari W, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin prodi tempat penulis menuntut ilmu.
3. Ibu Dr.Siti Dyah Handayani, S.E.M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

4. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu terima kasih atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang sifatnya konstruktif, sehingga skripsi ini menjadi lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan umumnya.

Yogyakarta, 9 Desember 2021



Insani Khoirudin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	8
2. <i>Destination Image</i>	10
3. Keputusan Berkunjung	11
B. Telaah Hasil Penelitian Terdahulu	13
C. Pengembangan Hipotesis	19
1. <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap <i>Destination Image</i>	19
2. <i>Destination Image</i> terhadap Keputusan Berkunjung	20
3. <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung	20

4. <i>Electronic word of mouth</i> terhadap keputusan berkunjung yang dimediasi oleh <i>Destination Image</i>	21
D. Model Penelitian	22
BAB III	25
METODE PENELITIAN	25
A. Objek dan Subjek Penelitian	25
B. Jenis Data	25
C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Definisi Operasional Variabel	27
1. Variabel Bebas (Variabel Independen)	27
2. Variabel <i>Intervening</i>	28
3. Variabel Terikat (Variabel Dependen)	29
F. Uji Kualitas Instrumen	30
1. Uji Validitas	30
2. Uji Reliabilitas	31
G. Alat Analisis dan Uji Hipotesis	31
BAB IV	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	36
1. Karakteristik Responden	37
B. Uji Kualitas Instrumen	41
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas	42
C. Hasil Analisis dan Uji Hipotesis	43
1. Pengembangan Model Berdasarkan Teori	43
2. Menyusun Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>)	44
3. Merubah Diagram Jalur menjadi Persamaan Structural	44
4. Memilih Jenis Input Matriks	45
5. Identifikasi Model Struktural	50
6. Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	51
7. Interpretasi dan model Modifikasi Model	52
D. Uji Hipotesis	53

1. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap <i>Destination Image</i>	54
2. Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap Keputusan Berkunjung	54
3. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung	54
4. Pengaruh <i>Electronic word of mouth</i> terhadap keputusan berkunjung yang dimediasi oleh <i>Destination Image</i>	55
E. Pembahasan	57
1. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap <i>Destination Image</i>	57
2. <i>Destination image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung	57
3. <i>Electronic Word Of Mouth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung	58
4. <i>Electronic Word Of Mouth</i> yang dimediasi oleh <i>Destination Image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung	59
BAB V	60
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	60
A. Simpulan	60
B. Keterbatasan Penelitian	61
C. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengguna Instagram di Indonesia.....	5
Tabel 2. 1 Telaah Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Variabel Bebas : <i>Electronic Word Of Mouth</i>	28
Tabel 3. 2 Variabel Intervening : <i>Destination Image</i>	29
Tabel 3. 3 Variabel Terikat : Keputusan Berkunjung.....	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Umur.....	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan.....	38
Tabel 4. 4 Karakteristik Perkiraan Penghasilan Perbulan.....	39
Tabel 4. 5 Karakteristik Pendidikan Terakhir.....	39
Tabel 4. 6 Karakteristik Jumlah Kunjungan.....	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4. 9 Uji Normalitas Data.....	46
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Outlier.....	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Outliers Setelah Eliminasi Data.....	49
Tabel 4. 12 <i>Computation Of Degrees Of Freedom (Default Model)</i>	50
Tabel 4. 13 Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	51
Tabel 4. 14 Hubungan Antar Variabel.....	53
Tabel 4. 15 <i>Standardized Direct Effect</i>	55
Tabel 4. 16 <i>Standardized Indirect Effect</i>	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Yogyakarta 2018-2020.....	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	24
Gambar 4. 1 Model Penelitian	44
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural	45
Gambar 4. 3 Hasil bootstrap	47
Gambar 4. 4 Nilai Batas Mahalanobis Distance	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 3 Karakteristik Umur Responden.....	79
Lampiran 4 Karakteristik Jenis Kelamin.....	79
Lampiran 5 Karakteristik Pekerjaan.....	79
Lampiran 6 Karakteristik Perkiraan Penghasilan Perbulan.....	80
Lampiran 7 Karakteristik Pendidikan Terakhir.....	80
Lampiran 8 Karakteristik Jumlah Kunjungan.....	80
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas.....	81
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	82
Lampiran 11 Model Penelitian.....	83
Lampiran 12 Uji Normalitas.....	84
Lampiran 13 Uji Hasil Bootstrap.....	84
Lampiran 14 Hasil Uji Outlier.....	85
Lampiran 15 Hasil Uji Outlier Setelah Eliminasi Data.....	85
Lampiran 16 Degrees of freedom.....	86
Lampiran 17 Goodnes Of Fit.....	86
Lampiran 18 Hasil Uji Hipotesis.....	87
Lampiran 19 Hasil Turnitin.....	91