



**PENGARUH CITRA DESTINASI DAN PRODUK WISATA TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI *ELECTRONIC WORD OF
MOUTH***

STUDI PADA PENGUNJUNG WISATA ELING BENING

SKRIPSI

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Ria Kristiana Mareta

NIM : 14020217120028

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ria Kristiana Mareta
NIM : 14020217120028
Departemen : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

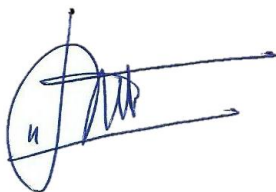
Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul
**Pengaruh Citra Destinasi dan Produk Wisata terhadap Keputusan
Berkunjung melalui *Electronic Word of Mouth* (Studi pada Pengunjung
Wisata Eling Bening)**

Adalah benar benar hasil karya ilmiah buatan saya sendiri dan bukan hasil Skripsi atau bukan merupakan karya yang mengandung plagiasi dari Skripsi orang lain. Apabila dikemudian hari terdapat bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah dan implikasinya, akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan penuh tanggung jawab, untuk dapat dipergunakan apabila diperlukan.

Mengetahui

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Dra. Naili Farida, M.Si
NIP : 19620412 198902 2 001

Semarang, 19 Februari 2022

Pembuat Pernyataan



Ria Kristiana Mareta
NIM : 14020217120028

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si
NIP : 19760330 220312 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Destinasi dan Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung melalui *Electronic Word of Mouth* (Studi pada Pengunjung Wisata Eling Bening)

Nama Penyusun : Ria Kritiana Mareta

NIM : 14020217120028

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang, Februari 2022

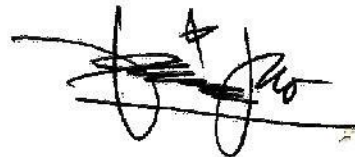
Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.

NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan 1

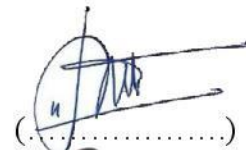


Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.

NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Prof. Dr. Dra. Naili Farida, M.Si



(.....)

2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si



(.....)

Dosen Penguji

1. Drs. Saryadi, M.Si



(.....)

MOTTO

“apabila sesuatu yang kau senangi tidak terjadi, maka senangilah apa yang terjadi”

Ali Bin Abi Thalib

“Nikmatilah Prosesmu, syukuri apa yang ada dan sabarlah dari apa yang belum
ada”

“Jika menyertakan Allah dalam hidupmu, tidak ada mimpi yang terlalu mustahil
untuk diwujudkan”

“Man Jadda Wajada”

Barang siapa yang bersungguh sungguh maka ia akan berhasil

PERSEMBAHAN

- Allah SWT yang telah memberikan rahmat, rezeki, kesehatan dan juga kelancaran dalam mengerjakan Skripsi atau tugas akhir ini. Atas izin Allah saya bisa dan mempunyai kesempatan untuk berada di bangku kuliah dan mengerjakan tugas akhir sebagai syarat kelulusan.
- Bapak Pramono dan Ibu Suntariyah selaku kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun finansial. Bapak yang sudah bekerja keras dalam membiayai hidup saya sampai saat ini dan juga memberikan semua kasih sayangnya. Ibu yang sudah membesarkan dan merawat maupun membimbing putrinya dan doa yang tiada henti darinya. Semoga dengan usaha saya ini dapat membanggakan orang tua dan membahagiakan mereka.
- Rio selaku kakak yang selalu mengajari dan mendukung kegiatan sekolah dan skripsi saya, kakak yang selalu menjadi teman dalam berdiskusi banyak hal. Orang yang selalu mengingatkan dan menjadi mentor dalam pembuatan skripsi ini, terimakasih atas semua bantuanmu.
- Rizka dan Raffi kedua adikku tercinta yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan skripsi saya dan cita cita saya.
- Teman teman keluarga Administrasi Bisnis 2017 sebagai teman seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu satu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Swt atas limpahan berkat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul Pengaruh Citra Destinasi dan Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung melalui *Electronic Word of Mouth* (Studi pada Pengunjung Wisata Eling Bening) sebagai salah satu syarat menempuh Pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Dalam penulisan skripsi ini melibatkan banyak pihak yang tidak lepas dari adanya kerja sama dan bantuan dari orang lain. Atas bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka dari itu dengan segala kerendahan hati, izinkan saya mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam membantu penelitian ini, khususnya kepada :

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB, selaku ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus pembimbing 2 saya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis

untuk menyusun skripsi dan membimbing serta memberi arahan dan dorongan dalam penyusunannya.

4. Prof. Dr. Dra. Naili Farida M.Si. selaku pembimbing 1 saya yang telah memberikan arahan dan dorongan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Saryadi M.Si. selaku dosen wali dan juga dosen penguji saya yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
7. Pihak Wisata Eling Bening yang telah memberi kesempatan dan memberikan ijin penulis untuk melakukan penelitian pada tempat tersebut.
8. Seluruh responden pengunjung wisata Eling Bening yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penulis.
9. Seluruh keluarga saya khususnya Ibu, Bapak, Kakak dan adik saya yang selalu mendukung, membantu, mengingatkan dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman teman yang tidak bisa saya sebutkan satu satu, khususnya untuk Mega, Annisa Rifa, Annisa Aulia, Christa, Della, Putri, Alviolita, Sarah, Meli dan juga Mas Daffa yang telah banyak membantu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

11. Serta semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dalam penyusunan karya ilmiah ini masih terdapat banyak kekurangan, maka penulis berharap kritik dan saran yang membangun dan menyempurnakan penulisan tersebut. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kemajuan Bersama.

Semarang, 19 Februari 2022



Ria Kristiana Mareta
NIM. 14020217120028

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAKSI	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Kegunaan Penelitian.....	12
1.5. Kerangka Teori.....	13

1.6.	Hipotesis	40
1.7.	Definisi Konsep	42
1.8.	Definisi Operasional	43
1.9.	Metode Penelitian	47
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK WISATA ELING BENING & PROFIL		
	RESPONDEN	61
2.1	Sejarah Eling Bening	61
2.2	Gambaran Umum Eling Bening	63
2.3	Potensi dan Daya Tarik Wisata Eling Bening	64
2.3	Struktur Organisasi	65
2.4	Fasilitas yang Tersedia di Eling Bening	67
2.5	Aktivitas yang dapat dilakukan oleh Pengunjung di Wisata Eling Bening	68
2.6	Akses Menuju Wisata Eling Bening	69
2.7	Tarif Tiket Wisata Eling Bening	70
2.8	Gambaran umum Responden	70
BAB III PENGARUH CITRA DESTINASI DAN PRODUK WISATA		
	TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI EWOM	79
3.1	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	79
3.2	Analisis dan Hasil Interpretasi Penelitian.....	90

3.3	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	137
3.4	Pembahasan Hipotesis.....	146
BAB IV PENUTUP		159
4.1	Kesimpulan.....	159
4.2	Saran.....	161
DAFTAR PUSTAKA		164
LAMPIRAN.....		169

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Tengah 2011-2019	2
Tabel 1. 2 Data Kunjungan Wisata Kab. Semarang.....	3
Tabel 1. 3 Data Pengunjung Wisata Eling Bening.....	4
Tabel 1. 4 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	9
Tabel 1. 5 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 2. 1 Usia Responden.....	71
Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden	72
Tabel 2. 3 Jenis Pekerjaan Responden	73
Tabel 2. 4 Pendapatan Responden	74
Tabel 2. 5 Frekuensi Kunjungan Responden Dalam Setahun.....	75
Tabel 2. 6 Jenis Wisata yang disukai Responden	76
Tabel 2. 7 Objek Wisata Eling Bening yang disukai Responden	76
Tabel 2. 8 Penggunaan Media Sosial Responden sebagai eWOM	77
Tabel 3. 1 Hasil Outer Loading.....	82
Tabel 3. 2 Uji Validitas Konvergen (AVE)	83
Tabel 3. 3 Uji Konvergen (Composite Reliability).....	83
Tabel 3. 4 Nilai Cross Loading	85
Tabel 3. 5 Hasil Outer Loading Setelah Beberapa Indikator Dihapus.....	87
Tabel 3. 6 Uji Validitas Konvergen Setelah Beberapa Indikator Dihapus	88
Tabel 3. 7 Nilai Cross Loading Setelah Beberapa Indikator Dihapus	89

Tabel 3. 8 Construct Reliability dan Validity	90
Tabel 3. 9 Eling Bening Mempunyai Lingkungan yang Aman dan Nyaman	92
Tabel 3. 10 Eling Bening Mempunyai Lingkungan Bersih dan Suasana yang Tenang.....	93
Tabel 3. 11 Acara/Hiburan yang Disajikan Eling Bening Menarik.....	94
Tabel 3. 12 Objek Eling Bening Dapat Membantu Menenangkan Pikiran Pengunjung.....	95
Tabel 3. 13 Kegiatan Luar Ruangan Eling Bening yang Menarik.....	97
Tabel 3. 14 Harga yang Sebanding dengan Objek Wisata Eling Bening.....	98
Tabel 3. 15 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Citra Destinasi Eling Bening	99
Tabel 3. 16 Kategori Citra Destinasi.....	102
Tabel 3. 17 Keunikan dan Keindahan Atraksi Wisata Eling Bening.....	104
Tabel 3. 18 Aksesibilitas yang Mudah dalam Mencapai Eling Bening	105
Tabel 3. 19 Fasilitas Eling Bening yang Nyaman dan Lengkap	106
Tabel 3. 20 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Produk Wisata Eling Bening	107
Tabel 3. 21 Kategori Produk Wisata.....	110
Tabel 3. 22 Kejelasan Review Tentang Wisata Eling Bening	112
Tabel 3. 23 Review Tentang Wisata Eling Bening yang Mudah Dipahami	113
Tabel 3. 24 Review Tentang Wisata Eling Bening Dapat Dipercaya	115
Tabel 3. 25 Review Tentang Eling Bening Memiliki Alasan Pendukung	116
Tabel 3. 26 Kualitas Review Tentang Wisata Eling Bening.....	118

Tabel 3. 27 Banyaknya Ulasan Positif Wisata Eling Bening di Media Sosial....	119
Tabel 3. 28 Pengirim Review/Komentar Berpengalaman dalam Mereview Tempat Wisata.....	120
Tabel 3. 29 Pengirim Review Memiliki Pengetahuan Produk Wisata Eling Bening	122
Tabel 3. 30 Pengirim Review/Komentar Memiliki Kemampuan Menilai Wisata Eling Bening	123
Tabel 3. 31 Pengirim Komentar Memberikan Review yang Berbeda dari Sumber Lain	125
Tabel 3. 32 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Electronic Word Of Mouth	126
Tabel 3. 33 Kategori Electronic Word Of Mouth	129
Tabel 3. 34 Kemantaban Dan Keyakinan Mengunjungi Wisata Eling Bening...	131
Tabel 3. 35 Ingin Merekomendasikan Kunjungan ke Orang Lain.....	132
Tabel 3. 36 Ingin Melakukan Kunjungan Kembali Ke Eling Bening	133
Tabel 3. 37 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Berkunjung	134
Tabel 3. 38 Kategori Keputusan Berkunjung.....	136
Tabel 3. 39 R-Square.....	138
Tabel 3. 40 Hasil Uji Hipotesis	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Hipotesa	42
Gambar 2. 1	64
Gambar 2. 2	66
Gambar 3. 1 Hasil Outer Loading	80
Gambar 3. 2 Hasil Outer Loading Setelah Beberapa Indikator Dihapus	86
Gambar 3. 3 Hasil uji Sobel Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung melalui eWOM	141
Gambar 3. 4 Hasil uji Sobel Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung melalui eWOM	142

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	170
LAMPIRAN 2 Kuesioner	171
LAMPIRAN 3 Identitas Responden	180
LAMPIRAN 4 Tabel Induk	192
LAMPIRAN 5 Outer Loading Sebelum beberapa indikator dihapus	197
LAMPIRAN 6 Validitas dan Reliabilitas Konstruk Sebelum Beberapa Indikator dihapus	198
LAMPIRAN 7 Validitas Diskriminan Sebelum Beberapa Indikator dihapus	198
LAMPIRAN 8 Cross Loadings Sebelum Beberapa Indikator dihapus.....	198
LAMPIRAN 9 Outer Loading Setelah beberapa indikator dihapus	199
LAMPIRAN 10 R Square	200
LAMPIRAN 11 f Square	200
LAMPIRAN 12 Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	200
LAMPIRAN 13 Validitas Diskriminan	201
LAMPIRAN 14 Cross Loadings	201
LAMPIRAN 15 Hasil Uji Hipotesis	202
LAMPIRAN 16 Hasil Uji Sobel	202

ABSTRAKSI

Dewasa ini pariwisata semakin berkembang dan menjadi kebutuhan bagi manusia. Berwisata menjadi kebutuhan sekunder untuk menciptakan kebahagiaan sebagai penunjang hidup setelah pemenuhan kebutuhan primer. Perkembangan zaman juga menjadi faktor lain dalam berwisata mengingat kemajuan teknologi dan transportasi yang mendukung kemudahan pariwisata dalam berpindah tempat dan juga penyebaran informasi dengan cepat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, produk wisata dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung, dan pengaruh tidak langsung eWOM sebagai mediasi. Tipe penelitian ini adalah *eksplanatory research* yang dibantu dengan penyebaran kuesioner serta sampel yang dipilih berjumlah 100 orang dengan *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Responden pada penelitian ini adalah pengunjung wisata Eling Bening maupun orang yang sudah berkunjung ke wisata Eling Bening.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, produk wisata mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung, citra destinasi mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap eWOM, produk wisata berpengaruh dan signifikan terhadap eWOM dan eWOM berpengaruh serta signifikan terhadap keputusan berkunjung. eWOM sebagai variabel intervening mempunyai pengaruh tidak langsung pada citra destinasi terhadap keputusan berkunjung. Dan eWOM mempunyai pengaruh tidak langsung pada variabel produk wisata terhadap keputusan berkunjung.

Penelitian ini dibantu dengan aplikasi SmartPLS dalam menghitung data primer yang diujikan.

Kata kunci : citra destinasi, produk wisata, ewom, keputusan berkunjung

ABSTRACT

Nowadays tourism is growing and becoming a necessity for humans. Traveling is a secondary need to create happiness as a life support after fulfilling primary needs. The development of the times is also another factor in considering advances in technology and transportation that make it easier to move places and also spread information quickly.

This study aims to determine the effect of destination image, tourism products and electronic word of mouth on visiting decisions, and the indirect effect of eWOM as a mediation. This type of research is explanatory research which is assisted by distributing questionnaires and the selected sample is 100 people by accidental sampling and purposive sampling. Respondents in this study were visitors to Eling Bening tourism and people who had visited Eling Bening tourism.

The results showed that the destination image had an effect and was significant on the visiting decision, the tourism product had an effect on the visiting decision, the destination image had an effect and was significant on eWOM, the tourism product had an effect on and was significant on eWOM and eWOM had a significant effect on the visiting decision. eWOM as an intervening variable has an indirect effect on the destination image on the visiting decision. And eWOM has an indirect effect on the tourism product variable on the visiting decision. This research is assisted by the SmartPLS application in calculating the primary data being tested.

Keyword : destination image, tourism product, ewom, visiting decision