



PENGARUH FASILITAS DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI OBJEK WISATA TAMAN KYAI LANGGENG KOTA MAGELANG

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata I

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

BAGAS PRASETYO

14030118130120

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

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Bagas Prasetyo
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030118130120
3. Tempat / Tanggal Lahir : Magelang, 29 Januari 2001
4. Jurusan / Program Studi : S1-Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Sukorini 2, Cacaban Barat RT 07/RW 09
Kelurahan Cacaban, Kecamatan Magelang
Tengah, Kota Magelang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

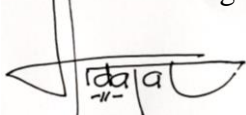
PENGARUH FASILITAS DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI OBJEK WISATA TAMAN KYAI LANGGENG KOTA MAGELANG

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 31 Maret 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Drs. Wahyu Hidayat, M.Si
NIP. 195803241988031001

Pembuat Pernyataan,



Bagas Prasetyo
NIM. 14030118130120

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas dan *Electronic Word Of Mouth*
Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek
Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang

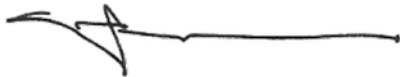
Nama Penyusun : Bagas Prasetyo

Departemen : S1-Administrasi Bisnis

Semarang, 21 April 2022

Dekan

Wakil Dekan 1



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP.


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

NIP. 196408271990011001

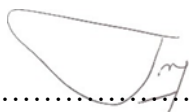
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing :

1. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si



(.....)

2. Dr. Ngatno, MM

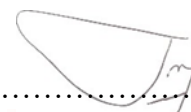

(.....)

Dosen Penguji :

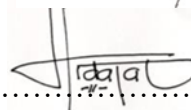
1. Robetmi Jumpakita Pinem, S.AB., MBA.


(.....)

2. Dr. Ngatno, MM


(.....)

3. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si


(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Keluargaku adalah alasan bagi kerja kerasku, maka jangan sampai aku menelantarkan mereka karena kerja kerasku”

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya Bapak Subakdono dan Ibu Tuminem, serta keempat kakak saya Kakak Wahyu Purwatiningsih, Kakak Dwi Astuti, Kakak Iim Fasiantri, dan Kakak Bonggo Catur Santoso yang selalu memberikan doa dan *support* nya yang tak terhingga kepada saya selama ini, terlebih dalam proses menulis skripsi skripsi ini.
2. Keluarga besar Kakek Rambat yang selalu memberikan semangat dan dukungannya baik secara langsung maupun tidak langsung.
3. Direktur PDOW Taman Kyai Langgeng kota Magelang yang telah memberikan kesempatan saya untuk meneliti dan khususnya Bapak Sulaiman selaku Manager Pemasaran, Informatika dan Humas yang selalu membantu dalam penyelesaian skripsi saya.
4. Dosen Wali saya Bapak Robet dan Dosen Pembimbing Bapak Wahyu dan Bapak Ngatno yang telah banyak membimbing saya dalam proses penulisan skripsi ini.

5. Seluruh dosen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu dan membantu saya selama menempuh pendidikan perkuliahan ini.
6. Kak Martha, Kak Fanny, Kak Cila, Dayang dan Lilla yang telah sangat berjasa dalam proses pengerjaan skripsi saya karena selalu siap sedia untuk ditanya dan sharing mengenai skripsi.
7. Teman-teman Administrasi Bisnis 2018 yang telah memberikan warna di masa perkuliahan.
8. BPH Serasi Berkolaborasi dan Mikat yang sudah kebersamai saya dalam hal di luar akademik untuk mengasah soft skill di masa perkuliahan.
9. Keluarga HMD Administrasi Bisnis yang telah menjadi tempat pengembangan keorganisasian saya dan saling memberikan pengalamannya.
10. Keluarga Pengurus Wilayah III dan Pengurus Pusat Ikatan Mahasiswa Administrasi Bisnis Indonesia yang telah memberikan berbagai pengalaman dengan beraneka ragam asal universitas, sifat, cara berorganisasi, cara berpikir dan lain sebagainya walaupun ada yang belum pernah ketemu sama sekali namun dapat bekerjasama dengan baik.
11. Dan terakhir untuk saya sendiri yang sudah berjuang dan menempuh pendidikan sampai ke jenjang sarjana ini. Semoga ini menjadi sejarah awal yang baik untuk generasi kakek Rambat selanjutnya juga dapat menggapai pendidikan sampai di tingkat ini atau bahkan lebih tinggi.

**PENGARUH FASILITAS DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI OBJEK
WISATA TAMAN KYAI LANGGENG KOTA MAGELANG**

ABSTRAK

Pada era sekarang ini, sektor pariwisata juga memiliki kekuatan dan potensi dalam membantu perekonomian global. Bahkan sektor pariwisata yang menjadi pendorong utama perekonomian dunia abad ke-21. Setiap daerah tidak dipungkiri pasti memiliki destinasi wisata baik itu milik pemerintah ataupun swasta dengan skala kecil maupun besar. Objek wisata Taman Kyai Langgeng kota Magelang menjadi salah satu destinasi wisata yang ditonjolkan dan jadi andalan oleh kota Magelang. Objek wisata ini selalu ingin meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung, yang dimana ini berkaitan erat dengan keputusan berkunjung. Keputusan berkunjung ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya yaitu fasilitas dan *electronic word of mouth*. Berdasarkan data jumlah pengunjung objek wisata Taman Kyai Langgeng kota Magelang pada tahun 2016 – 2020 tidak ada yang mencapai target dan pertumbuhannya mengalami fluktuatif atau bahkan lebih sering mengalami penurunan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Taman Kyai Langgeng kota Magelang. Tipe penelitian yang dipakai adalah *explanatory research*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden pengunjung objek wisata Taman Kyai Langgeng kota Magelang. Teknik pengambilan sampel menggunakan tipe *purposive sampling* dalam teknik *sampling non-probability sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner *online* berupa *Google Form* dan wawancara. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, regresi linear sederhana, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji T, dan uji F dengan bantuan program aplikasi SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung, terdapat pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung, terdapat pengaruh fasilitas dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung.

Adapun saran yang dapat diberikan kepada perusahaan yaitu agar perusahaan dapat meningkatkan fasilitas mengenai kelengkapan, kenyamanan dan keterjaminan keamanan, ketersediaan fasilitas pelengkap seperti *wifi* atau *hotspot*, serta tata cahaya dan warna, dan mengikuti perkembangan media *online* yang dapat mudah dijangkau, serta menciptakan kepuasan pengunjung agar terdorong untuk memberikan ulasan yang positif.

Kata Kunci : Fasilitas, *Electronic Word Of Mouth*, Keputusan Berkunjung

**THE EFFECT OF FACILITY AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON
THE DECISION TO VISIT TOURISTS IN THE KYAI LANGGENG PARK
TOURISM OBJECT, MAGELANG CITY**

Abstract

In today's era, the tourism sector also has the power and potential to help the global economy. Even the tourism sector is the main driver of the world economy in the 21st century. It is undeniable that every region has a tourist destination, whether it is owned by the government or private, on a small or large scale. The Kyai Langgeng Park tourist attraction in Magelang is one of the tourist destinations that are highlighted and become the mainstay of the city of Magelang. This tourist attraction always wants to increase the number of tourists visiting, which is closely related to the decision to visit. The decision to visit can be influenced by various factors, including facilities and electronic word of mouth. Based on data on the number of visitors to the Kyai Langgeng Park tourist attraction, Magelang city in 2016 - 2020 none of them reached the target and their growth fluctuated or even decreased more often. This study aims to determine the effect of facilities and electronic word of mouth on the decision to visit tourists at the Kyai Langgeng Park tourist attraction, Magelang city. The type of research used is explanatory research. The sample used was 100 respondents who were visitors to the Kyai Langgeng Park tourist attraction, Magelang city. The sampling technique used was purposive sampling in the non-probability sampling technique. Data collection techniques used online questionnaires in the form of Google Forms and interviews. The data analysis technique in this study used validity, reliability, correlation coefficient, simple linear regression, multiple linear regression, coefficient of determination, T test, and F test with the help of SPSS version 26 application program.

The results of this study indicate that there is an influence of facilities on visiting decisions, there is an influence of electronic word of mouth on visiting decisions, there is an influence of facilities and electronic word of mouth on visiting decisions.

The suggestions that can be given to the company are that the company can improve facilities regarding completeness, comfort and security assurance, the availability of complementary facilities such as wifi or hotspots, as well as lighting and colors, and follow the development of online media that can be easily accessed, as well as create visitor satisfaction so that encouraged to leave a positive review.

Keywords : Facility, Electronic Word Of Mouth, Visit Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang” sebagai syarat untuk memenuhi Pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai jika tidak ada bantuan, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, mendukung, serta membimbing saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada :

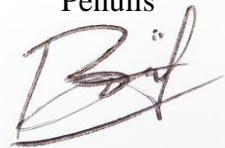
1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
2. Drs. Widiartanto, MAB selaku Kepala Departemen Administrasi Bisnis
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi S1-Administrasi Bisnis
4. Robetmi Jumpakita Pinem, S.AB., MBA. selaku Dosen Wali
5. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
6. Dr. Ngatno, MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan
8. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah penulis berikan

9. Berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu

Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun. Apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, 21 April 2022

Penulis



Bagas Prasetyo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
<i>Abstract</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.5 Kerangka Teori	10
1.5.1 Perilaku Konsumen	10
1.5.2 Fasilitas	10
1.5.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	12
1.5.4 Keputusan Berkunjung	14
1.5.5 Pengaruh Antar Variabel	15
1.5.6 Penelitian Terdahulu	18
1.6 Hipotesis	22

1.7	Definisi Konsep.....	23
1.8	Definisi Operasional.....	24
1.9	Metode Penelitian.....	26
1.9.1	Tipe Penelitian	27
1.9.2	Populasi dan Sampel	27
1.9.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	30
1.9.4	Jenis dan Sumber Data	31
1.9.5	Skala Pengukuran	32
1.9.6	Teknik Pengumpulan Data.....	33
1.9.7	Teknik Analisis	35
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK WISATA TAMAN KYAI		
	LANGGENG KOTA MAGELANG	47
2.1	Sejarah Perusahaan	47
2.2	Visi, Misi dan Nilai.....	49
2.2.1	Visi	49
2.2.2	Misi	49
2.2.3	Nilai.....	49
2.3	Logo.....	50
2.4	Struktur Organisasi	52
2.4.1	Deskripsi Pekerjaan	53
2.5	Fasilitas dan Wahana.....	57
2.6	Harga Tiket dan Jam Operasional	57
2.7	Identitas Responden.....	58
2.7.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
2.7.2	Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	60
2.7.3	Identitas Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	61
2.7.4	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
2.7.5	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	64
2.7.6	Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan.....	65
2.7.7	Identitas Responden Berdasarkan Kurun Waktu Terakhir Berkunjung ke Objek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang.....	67

2.7.8	Identitas Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung ke Objek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang Dalam Setahun	68
BAB III	PENGARUH FASILITAS DAN <i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH</i> TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI OBJEK WISATA TAMAN KYAI LANGGENG KOTA MAGELANG	70
3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	71
3.1.1	Uji Validitas	71
3.1.2	Uji Reliabilitas	77
3.2	Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	79
3.2.1	Persepsi Responden terhadap Fasilitas	79
3.2.2	Persepsi Responden terhadap Electronic Word of Mouth	98
3.2.3	Persepsi Responden terhadap Keputusan Berkunjung	108
3.3	Uji Hipotesis.....	124
3.3.1	Analisis Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung.....	124
3.3.2	Analisis Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung	129
3.3.3	Analisis Pengaruh Fasilitas dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	135
3.4	Pembahasan.....	144
BAB IV	PENUTUP	151
4.1	Kesimpulan.....	151
4.2	Saran	152
DAFTAR PUSTAKA		156
LAMPIRAN.....		159

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir	22
Gambar 1.2 Kurva Uji t (Two Tail)	44
Gambar 1.3 Kurva Uji F	46
Gambar 2.1 Logo PDOW Taman Kyai Langgeng Kota Magelang	50
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PDOW Taman Kyai Langgeng Kota Magelang.....	52
Gambar 3.1 Kurva Uji t (Two Tail) Fasilitas (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).....	129
Gambar 3.2 Kurva Uji t (Two Tail) <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).....	135
Gambar 3.3 Kurva Uji F Fasilitas (X1) dan <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)	143

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang Tahun 2016 – 2020	4
Tabel 1.2 Pertumbuhan Jumlah Pengunjung Objek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang Tahun 2016 – 2020.....	5
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 1.4 Interpretasi Koefisien Korelasi	38
Tabel 2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 2.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur	60
Tabel 2.3 Identitas Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	62
Tabel 2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	63
Tabel 2.5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	64
Tabel 2.6 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan	66
Tabel 2.7 Identitas Responden Berdasarkan Kurun Waktu Terakhir Berkunjung ke Objek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang	67
Tabel 2.8 Identitas Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung ke Objek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang Dalam Setahun ...	68
Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel Fasilitas	73
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Electronic Word of Mouth.....	74
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung	76
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel	78

Tabel 3.5 Fasilitas dan Wahana Permainan Lengkap.....	80
Tabel 3.6 Fasilitas dan Wahana Permainan Nyaman dan Keamanan Terjamin.....	81
Tabel 3.7 Penempatan Fasilitas dan Wahana Mudah Dijangkau	83
Tabel 3.8 Tersedia Fasilitas WiFi atau Hotspot di Area Objek Wisata.....	85
Tabel 3.9 Terdapat Tempat Duduk yang Nyaman untuk Menunggu Penggunaan Wahana Permainan.....	86
Tabel 3.10 Warna Fasilitas atau Wahana Permainan Baik dan Menarik	87
Tabel 3.11 Pencahayaan pada Fasilitas atau Wahana Indoor Baik.....	89
Tabel 3.12 Terdapat Petunjuk Arah, Papan Peringatan, Papan Informasi..	90
Tabel 3.13 Terdapat Fasilitas Pendukung seperti Tempat Ibadah, Toilet, Tempat Parkir, dan Warung Makan	91
Tabel 3.14 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Fasilitas..	93
Tabel 3.15 Kategorisasi Variabel Fasilitas	98
Tabel 3.16 Terdapat Banyak Ulasan atau Pendapat di Media Online atau Web Internet.....	100
Tabel 3.17 Terdapat Banyak Ulasan Positif	101
Tabel 3.18 Media Online atau Web Internet Membantu Memberikan Informasi.....	102
Tabel 3.19 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Electronic Word of Mouth	104
Tabel 3.20 Kategorisasi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	107
Tabel 3.21 Berkunjung untuk Berekreasi.....	109

Tabel 3.22 Berkunjung untuk Mengisi Waktu Libur.....	110
Tabel 3.23 Mencari Informasi dari Keluarga, Saudara atau Teman.....	111
Tabel 3.24 Mencari Informasi dari Media Online atau Web Internet.....	112
Tabel 3.25 Objek Wisata Taman Kyai Langgeng kota Magelang sebagai Pilihan yang Tepat dalam Berwisata.....	114
Tabel 3.26 Objek Wisata Taman Kyai Langgeng kota Magelang sesuai dengan Kebutuhan dan Tujuan Wisata.....	115
Tabel 3.27 Merasa Puas dan Akan Melakukan Kunjungan Ulang.....	116
Tabel 3.28 Merekomendasikan kepada Orang Lain	117
Tabel 3.29 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Keputusan Berkunjung	119
Tabel 3.30 Kategorisasi Variabel Keputusan Berkunjung	124
Tabel 3.31 Hasil Uji Korelasi Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung ..	125
Tabel 3.32 Uji Regresi Linear Sederhana Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung	126
Tabel 3.33 Hasil Uji Koefisien Determinasi Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung	127
Tabel 3.34 Hasil Uji Korelasi <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung	130
Tabel 3.35 Uji Regresi Linear Sederhana <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung	131
Tabel 3.36 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	133

Tabel 3.37 Hasil Uji Korelasi Berganda Fasilitas dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	136
Tabel 3.38 Uji Regresi Linear Berganda Fasilitas dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	137
Tabel 3.39 Hasil Uji Koefisien Determinasi Fasilitas dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	139
Tabel 3.40 Hasil Perhitungan Fasilitas dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	141