



**PENGARUH *TOURIST FACILITIES* DAN *DESTINATION IMAGE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *ELECTRONIC WORD OF
MOUTH (E-WOM)***

(STUDI PADA WISATA AIR UMBUL PONGGOK)

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Sarjana
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

WINA WIDYA RANI

14030120120026

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

2024

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI / TA*)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Wina Widya Rani
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030120120026
3. Tempat, Tanggal Lahir : Klaten, 14 Januari 2002
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Gono RT 18/ RW 07, Dalangan, Tulung, Klaten

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

“Pengaruh *Tourist Facilities* dan *Destination Image* Terhadap *Revisit Intention* melalui *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*” (Studi Pada Wisata Air Umbul Ponggok)

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 Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis ini 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, 16 Februari 2024

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Dinalestari Purbawati S.E., M.Si., Akt
NIP. 1987090520142002

Pembuat Pernyataan

Wina Widya Rani
NIM 14030120120026

Ketua Program Studi

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

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Tourist Facilities* dan *Destination Image* Terhadap *Revisit Intention* melalui *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* (Studi Pada Wisata Air Umbul Ponggok)

Nama : Wina Widya Rani

NIM : 14030120120026

Jurusan : S-1 Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata-1 pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

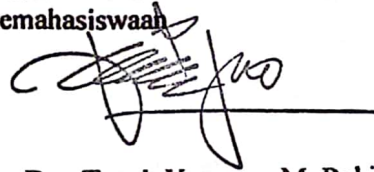
Semarang, 16 Februari 2024

Dekan



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin
NIP. 196908221994031003

Wakil Dekan Akademik dan
Kemahasiswaan



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing

1. Dinalestari Purbawati S.E., M.Si., Akt
2. Prof. Dr. Dra. Naili Farida, M.Si

(.....)

(.....)

Dosen Penguji

1. Dr. Sari Listyorini S.Sos., M.AB
2. Prof. Dr. Dra. Naili Farida, M.Si
3. Dinalestari Purbawati S.E., M.Si., Akt

(.....)

(.....)

(.....)

MOTTO

Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.

Umar bin Khattab

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadirat Allah SWT., skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua tercinta, terkasih dan tersayang, Ibu Ambar Tri Maharani dan Bapak Dwiyono yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang, do'a serta dukungan secara material ataupun spiritual tiada henti sehingga saya bisa sampai dititik ini. Orang tua terhebat yang selalu mengusahakan yang terbaik untuk anak – anaknya, terima kasih Pak, Buk.
2. Adik – adik tersayang, Derik, Salsabila dan Nabila yang selalu menjadi penyemangat dan motivasi saya untuk terus bertahan, selalu berusaha keras serta pantang menyerah sampai kapan pun. Kalian yang menjadi alasan pulang tiap minggu karena kesepian di kosan.
3. Sahabat tercinta, Fitriani Rosa, Mba Dita, Citrasmara dan Apriliani yang menjadi saksi perjalanan dan lika liku kehidupan saya yang banyak plot twistnya. Semoga selalu sabar mendengarkan keluh kesah, sambatan dan cerita - cerita saya ya.
4. Teman – teman seperjuangan, Dera, Diva, Devi, Isna, teman – teman seperbimbingan saya yang sentiasa berjuang bersama menyelesaikan studi. Terima kasih sudah berkenan menjadikan kosnya sebagai tempat transit saya sebagai mahasiswa laju.
5. Teman – teman kost Baskoro 53 Kania, Bunga, Alpi, Fika, Dila dan Mba Yuri yang sudah menemani hari – hari saya selama menjadi anak kost.
6. Teman – teman Administrasi Bisnis angkatan 2020 yang telah memberikan support dan berproses bersama selama masa perkuliahan.
7. Diri saya sendiri, terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih sudah kuat dan tidak menyerah walaupun tidak semua hal berjalan sesuai harapan.

**PENGARUH *TOURIST FACILITIES* DAN *DESTINATION IMAGE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *ELECTRONIC WORD OF
MOUTH (E-WOM)***

(Studi Pada Wisata Air Umbul Ponggok)

ABSTRAK

Pariwisata Indonesia memiliki peluang yang sangat besar untuk dikembangkan. Sektor ini digadang – gadang dapat menggeser dominasi sektor migas sebagai penyumbang utama devisa negara. Hal ini mengakibatkan banyak pihak yang berlomba – lomba mengembangkan potensi wisata yang ada di daerah masing – masing demi menarik perhatian pengunjung, salah satunya wisata air Umbul Ponggok Kabupaten Klaten. Namun mulai tahun 2019 mengalami penurunan pendapatan yang signifikan .

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tourist facilities* dan *destination image* terhadap *revisit intention* melalui *electronic word of mouth* pada wisata air Umbul Ponggok. Tipe penelitian ini menggunakan *explanatory research* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang merupakan pengunjung wisata air Umbul Ponggok yang berusia 17 - 64 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pada analisis data menggunakan software SmartPLS SEM 4 For Windows.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tourist facilities* memiliki pengaruh signifikan terhadap *electronic word of mouth*, *destination image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *electronic word of mouth*, *tourist facilities* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *revisit intention* dan *destination image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention*. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa *tourist facilities* dan *destination image* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *revisit intention* melalui *electronic word of mouth* pada wisata air Umbul Ponggok. Saran dalam penelitian ini adalah pihak pengelola meningkatkan fasilitas publik yang ada demi kenyamanan pengunjung seperti tempat parkir, toilet dan mushola. Pada penelitian selanjutnya ditambahkan variabel yang lebih spesifik seperti *positif electronic word of mouth* atau *negative word of mouth*.

Kata kunci: *revisit intention*, *tourist facilities*, *destination image* dan *electronic word of mouth*

**THE EFFECT OF TOURIST FACILITIES AND DESTINATION IMAGE
ON REVISIT INTENTION THROUGH ELECTRONIC WORD OF
MOUTH (E-WOM)**

(Study on Umbul Ponggok Water Tourism)

ABSTRACT

Indonesian tourism has a big opportunity to develop. This sector is predicted to be able to change the dominance of the oil and gas sector as the main contributor to the country's foreign exchange. Thus, many people competing to develop their tourism potential in their respective regions in order to attract the attention of visitors, one of them is the Umbul Ponggok water tourism, Klaten Regency. However, there was a significant decline of Umbul Ponggok income in 2019.

This research aims to determine the influence of tourist facilities and destination image on revisit intention through electronic word of mouth at the Umbul Ponggok water tourism. This type of research uses explanatory research with a sample size of 100 respondents who are visitors to the Umbul Ponggok water tourism aged 17 - 64 years. The sampling technique uses non-probability sampling with a purposive sampling method. In analysing the data, the writer used SmartPLS SEM 4 For Windows software.

The results of this study show that tourist facilities have a significant influence on electronic word of mouth, destination image has a significant influence on electronic word of mouth, tourist facilities have an insignificant influence on revisit intention and destination image has a significant influence on revisit intention. In this research, it was also found that tourist facilities and destination image have an indirect influence on revisit intention through electronic word of mouth on the Umbul Ponggok water tourism. The suggestion in this research is about the management improve existing public facilities for the convenience of visitors, such as parking lots, toilets and prayer rooms. In subsequent research, more specific variables were added, such as positive electronic word of mouth or negative word of mouth.

Key words: revisit intention, tourist facilities, destination image and electronic word of mouth

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan berkat yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Tourist Facilities* dan *Destination Image* Terhadap *Revisit Intention* Melalui *Electronic Word of Mouth*”

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si. selaku Kepala Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.

4. Dinalestari Purbawati S.E., M.Si., Akt selaku dosen pembimbing 1 sekaligus dosen penguji yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Prof. Dr. Dra. Naili Farida, M.Si selaku dosen pembimbing 2 sekaligus dosen penguji yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Dr. Sari Listyorini S.Sos., M.AB selaku dosen wali sekaligus dosen penguji 1 yang telah membantu selama perkuliahan.
7. Seluruh dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa kuliah.
8. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekuarangan dalam penyusunan skripsi ini, maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Besar harapan penulis, skripsi ini dapat menambah wawasan pembaca dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Semarang, 16 Februari 2024

Wina Widya Rani

NIM. 14030120120026

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Kerangka Teori.....	17
1.5.1 Pemasaran Jasa	17
1.5.2 Bauran Pemasaran	18
1.5.3 Perilaku Konsumen	23
1.5.4 Revisit Intention	28
1.5.5 Electronic Word of Mouth (E-WOM).....	31
1.5.6 Tourist Facilities.....	34
1.5.7 Destination Image	38
1.6 Penelitian Terdahulu.....	41
1.7 Hubungan Antara Variabel.....	44
1.7.1 Pengaruh antara variabel tourist facilities terhadap electronic word of mouth (E-WOM)	44
1.7.2 Pengaruh antara variabel destination image terhadap electronic word of mouth (E-WOM)	44
1.7.3 Pengaruh antara variabel electronic word of mouth (E-WOM) terhadap revisit intention.....	45

1.7.4	Pengaruh tourist facilities terhadap revisit intention.....	46
1.7.5	Pengaruh destination image terhadap revisit intention	47
1.7.6	Pengaruh tourist facilities terhadap revisit intenton melalui electronic word of mouth (E-WOM)	47
1.7.7	Pengaruh destination image terhadap revisit intention melalui electronic word of mouth (E-WOM)	48
1.8	Pengembangan Hipotesis Penelitian	49
1.9	Definisi Konsep	50
1.9.1	Tourist Facilities (X1)	50
1.9.2	Destination Image (X2).....	51
1.9.3	Electronic Word of Mouth (E-WOM) (Z).....	51
1.9.4	Revisit Intention (Y).....	52
1.10	Definisi Operasional	52
1.10.1	Definisi Operasional Tourist Facilities	52
1.10.2	Definisi Operasional Destination Image	54
1.10.3	Definisi Operasional Electronic Word of Mouth (E-WOM)	54
1.10.4	Definisi Operasional Revisit Intention	55
1.11	Metode Penelitian	56
1.11.1	Tipe Penelitian.....	56
1.11.2	Populasi dan Sampel	57
1.11.3	Jenis Data	58
1.11.4	Sumber Data.....	59
1.11.5	Teknik Pengumpulan Data.....	61
1.11.6	Skala Pengukuran.....	63
1.11.7	Teknik Pengolahan Data	64
1.11.8	Teknik Analisis	67
BAB II GAMBARAN UMUM WISATA AIR UMBUL PONGGOK DAN IDENTITAS RESPONDEN		73
2.1	Sejarah dan Gambaran Umum	73
2.1.1	Logo	74
2.1.2	Visi dan Misi	75
2.1.3	Tarif Objek Wisata	76
2.1.4	Jam Operasional	76

2.1.5	Fasilitas Wisata, Harga Produk dan Jasa yang Disewakan	76
2.1.6	Struktur Organisasi dan Job Description.....	78
2.2	Identitas Responden	82
2.2.1	Karakteristik Responden Berdasar atas Jenis Kelamin	83
2.2.2	Karakteristik Responden Berdasar atas Usia	84
2.2.3	Karakteristik Responden Berdasar atas Jenis Pekerjaan	85
2.2.4	Karakteristik Responden Berdasar atas Jumlah Penghasilan.....	86
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		87
3.1	Evaluasi Outer Model (Measurement Model)	87
3.1.1	Uji Validitas	87
3.1.2	Composite Reliability.....	92
3.2	Deskripsi Variabel	92
3.2.1	Deskripsi Data Variabel <i>Tourist Facilities</i>	93
3.2.2	Deskripsi Data Variabel <i>Destination Image</i>	99
3.2.3	Deskripsi Data Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	107
3.2.4	Deskripsi Data Variabel <i>Revisit Intention</i>	116
3.3	Analisis Data	120
3.3.1	R Square	120
3.3.2	Estimate For Path Coefficients.....	121
3.4	Pembahasan	128
BAB IV PENUTUP		144
4.1	Kesimpulan	144
4.2	Saran.....	147
DAFTAR PUSTAKA		150
LAMPIRAN.....		155

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia Pada Tahun 2015-2023.....	5
Gambar 1.2 Akun <i>Instagram</i> dan <i>Twitter</i> Wisata Air Umbul Ponggok.....	7
Gambar 1.3 Ulasan Pengunjung Wisata Air Umbul Ponggok.....	9
Gambar 2.1 Logo.....	74
Gambar 2.2 Struktur Organisasi BUM Desa Tirta Mandiri Ponggok.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Wisata Air di Kabupaten Klaten	3
Tabel 1.2 Pendapatan Wisata Air Umbul Ponggok Tahun 2018 - 2022	13
Tabel 1.3 Parameter Uji Validitas dalam Model Partial Least Square	66
Tabel 1.4 Parameter Uji Reliabilitas dalam Model Partial Least Square	67
Tabel 2.1 Tarif Umbul Ponggok	76
Tabel 2.2 Daftar Harga Sewa Peralatan dan Jasa Foto Underwater	77
Tabel 2.3 Responden Berdasar atas Jenis Kelamin	83
Tabel 2.4 Responden Berdasar atas Usia	84
Tabel 2.5 Responden Berdasar atas Jenis Pekerjaan	85
Tabel 2.6 Responden Berdasar atas Penghasilan	86
Tabel 3.1. Convergent Validity	88
Tabel 3.2 Nilai Cross Loading	89
Tabel 3.3 Fornell Lacker Criteria	90
Tabel 3.4 Nilai AVE	91
Tabel 3.5 Composite Reliability	92
Tabel 3.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>Tourist Facilities</i> pada wisata air Umbul Ponggok	93
Tabel 3.7 Kategori Variabel <i>Tourist Facilities</i>	99
Tabel 3.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>Destination Image</i>	100
Tabel 3.9 Kategori Variabel <i>Destination Image</i>	106
Tabel 3.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>Electronic Word of Mouth</i>	107
Tabel 3.11 Kategori Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	115
Tabel 3.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Revisit Intention</i>	116
Tabel 3.13 Kategori Variabel <i>Revisit Intention</i>	119
Tabel 3.14 R Square	120
Tabel 3.16 Direct Effect dan Indirect Effect	122
Tabel 3.17 Pengujian Tidak Langsung Variabel <i>Tourist Facilities</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> Melalui <i>Electronic Word of Mouth</i>	125
Tabel 3.18 Pengujian Tidak Langsung <i>Destination Image</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> Melalui <i>Electronic Word of Mouth</i>	127