

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI DESA WISATA PUJON  
KIDUL KABUPATEN MALANG**

**SKRIPSI**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Meperoleh Derajat  
Sarjana Terapan Pariwisata D IV**

**oleh :**

**REZKY NUR HIKMAH  
NO. MHS 419200185**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA  
2020**

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI DESA WISATA PUJON  
KIDUL KABUPATEN MALANG**

**SKRIPSI**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Meperoleh Derajat  
Sarjana Terapan Pariwisata D IV**

**oleh :**

**REZKY NUR HIKMAH  
NO. MHS 419200185**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA  
2020**

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI DESA WISATA PUJON  
KIDUL KABUPATEN MALANG**

**SKRIPSI**



**oleh :**

**REZKY NUR HIKMAH  
NO. MHS 419200185**

Telah disetujui oleh:

**Pembimbing I**

**Drs. Santosa, M.M  
NIDN. 0519045901**

**Pembimbing II**

**Yudi Setiaji, S.H., M.M  
NIDN. 0508066401**

Mengetahui

**Ketua Jurusan**

**Yudi Setiaji, S.H., M.M  
NIDN. 0508066401**

BERITA ACARA UJIAN

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI DESA WISATA PUJON  
KIDUL KABUPATEN MALANG

SKRIPSI

Oleh:

REZKY NUR HIKMAH  
NO. MHS. 419200185

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji  
Dan Dinyatakan Lulus  
Pada Tanggal:

TIM PENGUJI

Penguji Utama	: <u>Dr. Hj. Saryani, M.Si</u>	: (.....)
	NIDN. 0517066001	
Pembimbing I	: <u>Drs. Santosa, M.M</u>	: (.....)
	NIDN. 0519045901	
Pembimbing II	: <u>Yudi Setiaji, S.H., M.M</u>	: (.....)
	NIDN. 0508066401	

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihatno, M.M  
NIDN. 0526125901

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rezky Nur Hikmah

NIM : 419200185

Jurusan : Usaha Perjalanan Wisata

Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan  
Berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya. Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas secara sengaja dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Yogyakarta, Desember 2020



Rezky Nur Hikmah  
419200185

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan saya kesehatan dan kemampuan untuk mengerjakan mengerjakan skripsi serta kesempatan hidup sampai saat ini sehingga saya bisa menikmati kehidupan yang telah diberikan hingga saat ini mampu menyelesaikan pendidikan Diploma IV di STP AMPTA Yogyakarta.
2. Bapak dan mama yang selalu meberikan doa dan dukungan yang luar biasa sehingga saya bisa bertahan sampai sejauh ini.
3. Saudara, keluarga serta kerabat yang telah memberikan dukungan dan doa untuk tetap kuat berada di perantauan.
4. Sahabat saya, Riska, Armi, Irma, Uci yang selalu mendukung, mendoakan, serta memberi saran dan masukan untuk tetap bertahan dan menjalani hidup yang lebih baik lagi.
5. Keluarga studi lanjut, Nurul, Dewi, Mekar, Sella, Lulu dan Jeane. Tetap semangat dan selalu berjuang untuk masa depan. Semoga kita akan berkumpul lagi dengan cerita yang baru.
6. Seluruh perangkat desa dan masyarakat di Desa Wisata Pujon Kidul yang telah menerima dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

## MOTTO

“ Dunia ini ibarat bayangan. Jika kamu berusaha menangkapnya, ia akan lari. Tapi jika kamu membelakanginya, ia tak punya pilihan lain selain mengikutimu “

(Ibnu Qayyim Al Jauziyyah)

“ Barang siapa yang keluar rumah untuk mencari ilmu, maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang.”

( HR. Tirmidzi)

*“Just a reminder in case your mind is playing tricks on you; you matter, you’re important, you’re loved. You’re going to be okay”*

(RNH)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala Karunia dan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul” dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi lanjut guna memperoleh gelar derajat Sarjana Terapan Pariwisata pada program studi Usaha Perjalanan Wisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya khususnya kepada orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa selama menyelesaikan perkuliahan. Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, dukungan dan saran dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan kali ini, dengan penuh rasa ikhlas penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Santosa, M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi.
2. Bapak Yudi Setiaji, S.H, M.M, selaku Dosen Pembimbing II dan Ketua Jurusan Usaha Perjalanan Wisata yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi.
3. Ibu Dr. Hj. Saryani, M.Si, selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, masukan, kritik dan saran kepada penulis untuk kesempurnaan skripsi ini.



4. Bapak Drs. Prihatno, M.M, selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Udi Hartoko selaku Kepala Desa Pujon Kidul yang telah memberikan izin kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian skripsi di Desa Wisata Pujon Kidul.
6. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga atas semua bantuan yang diberikan kepada penulis mendapat berkah dan rahmat dari Tuhan yang Maha Esa. Tidak lupa pula penulis harapkan saran dan kritik kepada yang telah membaca skripsi ini yang mana sifatnya dapat menambah kesempurnaan dari isi skripsi ini.

Yogyakarta, Desember 2020

Rezky Nur Hikmah  
419200185

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Batasan Penelitian .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5

E. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
A. Landasan Teori.....	7
1. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	7
2. Keputusan Berkunjung.....	17
B. Kerangka Pemikiran.....	23
C. Penelitian Terdahulu .....	23
D. Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
C. Populasi dan Sampel .....	26
D. Variabel dan Indikator.....	27
E. Metode Pengumpulan Data .....	33
1. Jenis Instrumen Penelitian.....	33
2. Uji Kelayakan Instrumen .....	34
F. Metode Analisis Data .....	36
1. Uji Asumsi Klasik .....	36
a. Uji Normalitas .....	36
b. Uji Multikolinearitas .....	36
c. Uji Heterokedastisitas .....	37
2. Jenis Analisis Data .....	37

a. Analisis Linear Berganda .....	37
b. Koefisien Determinasi.....	38
c. Uji F.....	38
d. Uji T .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	41
B. Hasil Penelitian .....	46
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji R Square .....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Pengambilan Keputusan .....	18
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	23
Gambar 4.1 Peta Desa Wisata Pujon Kidul .....	46
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	60
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	62

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Surat Pengantar Penelitian
Lampiran 2	Surat Keterangan Izin Penelitian
Lampiran 3	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 4	Hasil Data Responden
Lampiran 5	Hasil Output
Lampiran 6	Lembar Bimbingan

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* yang terdiri dari *concern for others*, *expressing positive feeling*, dan *helping the company* terhadap keputusan berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden dari seluruh populasi yang merupakan wisatawan yang pernah berkunjung ke Desa Iwsata Pujon Kidul. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan dalam penelitian ini yaitu responden merupakan pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul dan sudah mengikuti (*follow*) akun instagram Desa Wisata Pujon Kidul. Instrument yang digunakan untuk menggali data-data responden atau sampel adalah bentuk angket dengan menggunakan skala likert. Adapun metode analisis data untuk menguji pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung menggunakan analisis regresi linear berganda yang mencakup uji simultan (uji F), uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), dan uji parsial (uji T).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji F yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $56.909 > 2.31$ ) dan nilai probabilitas  $< 0.05$  ( $0.000 < 0.005$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *electronic word of mouth* yang terdiri dari *concern for others*, *expressing positive feeling*, dan *helping the company* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul. Berdasarkan hasil uji R<sup>2</sup> diketahui nilai R<sup>2</sup> sebesar 0.629 atau sebesar 62.90%. hal tersebut berarti variabel dari *electronic word of mouth* yang terdiri dari *concern for others*, *expressing positive feeling*, dan *helping the company* memberikan pengaruh sebesar 62.90% terhadap kputusan berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul. Didapat hasil pengujian uji T dengan penjabaran hasil bahwa variabel *concern for others* (X1) menunjukkan hasil  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $3.933 > 1.985$ ) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Variabel *expressing positive feeling* (X2) menunjukkan hasil  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $3.392 > 1.985$ ) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0.001 < 0.05$ ). Variabel *helping the company* (X3) menunjukkan hasil  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $4.278 > 1.985$ ) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *concern for others* (X1) bukan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melainkan variabel *expressing positive feeling* (X2) yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul.

Kata kunci: *electronic word of mouth*, *concern for others*, *expressing positive feeling*, *helping the company*, keputusan berkunjung.



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki berbagai ragam keunikan alam dan budaya yang sudah terkenal hingga ke mancanegara. Keunikan alam dan budaya ini kerap dipromosikan baik oleh instansi resmi maupun oleh para wisatawan yang telah mengunjunginya. Media promosi yang sering digunakan yaitu media sosial melalui jaringan internet sehingga penyebaran informasi menjadi sangat cepat, murah, mudah, dan praktis.

Perkembangan teknologi informasi menjadi semakin pesat dan didukung oleh jaringan telekomunikasi yang semakin canggih, membuat dunia seakan tidak memiliki sekat ruang dan waktu. Media sosial sebagai salah satu media komunikasi masa kini telah menjadi konsumsi masyarakat Indonesia sehari-hari. Awalnya hanya sebagai media untuk melakukan percakapan tetapi kini sudah berkembang menjadi media berbagi foto maupun video. Media sosial yang digunakan bermacam-macam seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Path*, *Whatsapp*, *Line*, dan-lain-lain.

Saat ini pelaku usaha berfokus pada dampak potensial dari internet terhadap pasar dan terhadap perilaku bisnis di masa depan. Dengan perkembangan teknologi internet yang semakin pesat, usaha-usaha juga semakin diuntungkan. Usaha yang didirikan mendapatkan keuntungan dari komunitas interaktif pelanggan untuk memulai dialog dengan para

pelanggannya, sehingga para pelaku usaha dapat membangun jaringan untuk menciptakan *electronic word of mouth (eWOM)* yang baik mengenai penawaran yang ditawarkan.

Memahami mengenai *eWOM* pada era perkembangan teknologi digitalisasi saat ini sangatlah penting dilakukan oleh pihak pemasar wisata. Hal ini karena semakin berkembangnya fenomena dikalangan masyarakat yang hobi berwisata, yang saat ini gemar melakukan kegiatan mengunggah foto unik dan menarik di media sosial guna membagi pengalaman dan informasi. *eWOM* akan memperluas pilihan konsumen dalam mengumpulkan informasi dari konsumen lainnya, karena informasi tersebar secara luas, cepat, dan tersedia setiap saat. Akibatnya, *eWOM* berpotensi memiliki dampak yang kuat terhadap proses pengambilan keputusan konsumen (Jeong & Jang, 2011)

Tren perilaku wisatawan saat ini telah mengalami perubahan. Perilaku wisatawan mulai bergeser memiliki ketertarikan terhadap objek wisata dengan konsep alam, ramah lingkungan, bewisata dengan tujuan eksplorasi tradisi, budaya dan interaksi sosial, serta banyak wisatawan memilih berwisata ke tempat-tempat yang jauh dari keramaian (*Tourism Business*, 2017). Berdasarkan fenomena tersebut, wisatawan mulai memiliki ketertarikan dengan wisata pedesaan. Perubahan perilaku wisatawan ini membawa dampak yang cukup baik bagi kepariwisataan di beberapa desa wisata di Indonesia, seperti di Desa Wisata Pujon Kidul.

Perkembangan Desa Wisata Pujon Kidul telah menarik banyak pengunjung sejak dibuka per tanggal 15 Agustus 2020 (*new normal*). Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa pengembangan wisata di masa *new normal* akan memicu persaingan pasar wisata yang semakin ketat. Hal tersebut dikarenakan masyarakat yang tertekan dengan keadaan pandemi sehingga lebih selektif dalam memilih tujuan wisatanya agar tetap aman dalam beraktivitas wisata. Hal ini secara tidak langsung akan menjadi tantangan atau kendala bagi pengembangan Desa Wisata Pujon Kidul, sehingga dibutuhkan strategi yang tepat mengenai pengelolaan dan penyampaian informasi di Desa Wisata Pujon Kidul.

Menanggapi kendala tersebut pihak pemasar Desa Wisata Pujon Kidul melakukan pemasaran melalui media sosial instagram dengan strategi *eWOM* agar dapat menyebarkan informasi mengenai keindahan serta keamanan dalam berwisata di Desa Wisata Pujon Kidul. Penggunaan instagram sebagai media pemasaran Desa Wisata Pujon Kidul sejalan dengan semakin ekspresif dan eksisnya media sosial di kalangan masyarakat, khususnya yang memiliki hobi berwisata. Menurut data yang dirilis *Napoleon Cat*, pada periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna. Pencapaian itu merupakan peningkatan dari bulan ke bulan atas penggunaan platform berbagi foto ini. Oleh karena itu, tingginya aktivitas masyarakat dalam penggunaan instagram beberapa bulan terakhir ini merupakan media pemasaran yang tepat bagi pihak pemasar Desa Wisata Pujon Kidul.

Mayoritas wisatawan biasanya lebih mendengarkan dan mempercayai yang lebih ahli atau berpengalaman dalam memutuskan untuk berkunjung. *eWOM* mengenai Desa Wisata Pujon Kidul sebenarnya telah tersebar luas dengan cukup banyaknya postingan Desa Wisata Pujon Kidul. Namun, banyaknya postingan yang ada belum diimbangi dengan adanya respon yang baik, seperti kurangnya respon pengirim informasi terhadap setiap pertanyaan yang diajukan di kolom komentar. Oleh karena itu, belum tentu semua orang yang menerima informasi mengenai Desa Wisata Pujon Kidul melalui media sosial instagram akan terbantu dalam menentukan keputusan berkunjung.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini dirasa penting untuk dilakukan, karena menariknya fenomena perkembangan teknologi digitalisasi (media sosial) sebagai media penyebar informasi *eWOM* dan perkembangan wisata pedesaan yang menjadi tren pergeseran perilaku wisatawan di masa *new normal*. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth (eWOM)* terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul, Kabupaten Malang”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Electronic Word of Mouth (Concern for Others, Expressing Positive Feeling, Helping the Company)* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul?

2. Dari ketiga dimensi *Electronic Word of Mouth* (*Concern for Others, Expressing Positive Feeling, Helping the Company*) manakah dimensi yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul?

### **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat membahas lebih tuntas dan mencegah adanya perluasan topik serta dapat mencapai sasaran yang diharapkan, perlu adanya pembatasan masalah. Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini lebih memfokuskan pada pengaruh *Electronic Word of Mouth* yang terdiri dari *concern for others, expressing positive feeling, dan helping the company* pada media sosial *Instagram* terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul.

### **D. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *Electronic Word of Mouth* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul.
2. Untuk mengetahui dimensi *Electronic Word of Mouth* manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul.

### **E. Manfaat Penelitian**

Kegiatan penelitian yang dilaksanakan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

## **1. Manfaat Teoritis**

### **a. Bagi STP AMPTA Yogyakarta**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif dalam memberikan informasi dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan *electronic word of mouth* (eWOM) dan keputusan berkunjung.

### **b. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai media untuk mengaplikasikan ilmu yang telah didapat selama kuliah serta menambah wawasan penulis mengenai pengaruh *electronic word of mouth* (eWOM) terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi Pengelola Desa Wisata Pujon Kidul**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau bahan pertimbangan terkait hasil pemaparan analisis *electronic word of mouth* (eWOM) terhadap keputusan berkunjung wisatawan, sehingga dapat menentukan strategi pemasaran apa yang efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.