

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *Electronic word of mouth* yang terdiri dari *concern for others*, *expressing positive feeling*, dan *helping the company* secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Desa Wisata Pujon Kidul.
2. *Concern for others* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. *Concern* seseorang dalam memberikan informasi dan rekomendasi pilihan wisata yang tepat kepada sesama akan membantu mendorong keputusan berkunjung orang lain ke Desa Wisata Pujon Kidul.
3. *Expressing positive feeling* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Kesan positif atau pengalaman positif seorang pengunjung mengenai Desa Wisata Pujon Kidul yang tersebar melalui media sosial instagram mampu memberikan kontribusi informasi positif kepada orang lain, sehingga dapat mendorong untuk menentukan keputusan berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul.
4. *Helping the company* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan yang paling dominan terhadap keputusan berkunjung. Kesiediaan pengunjung untuk

membantu publikasi mengenai Desa Wisata Pujon Kidul yang dipicu karena pengalaman positif dan memuaskan yang diterima akan membuat seseorang merasakan dan mengetahui keinginan orang lain agar Desa Wisata Pujon Kidul lebih dikenal oleh banyak orang dan akan memicu kesadaran akan potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Wisata Pujon Kidul sehingga dapat mendorong keputusan berkunjung orang lain ke Desa Wisata Pujon Kidul.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan *electronic word of mouth* (eWOM) memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Desa Wisata Pujon Kidul. Oleh karena itu, pihak pengelola Desa Wisata Pujon Kidul perlu mempertahankan dan meningkatkan komunikasi eWOM untuk pemasaran Desa Wisata Pujon Kidul. Sebaiknya, berbagai hal yang memicu pengunjung merasakan pengalaman positif dan memuaskan sehingga menimbulkan kesediaan pengunjung untuk membantu publikasi mengenai Desa Wisata Pujon Kidul tetap dipertahankan, seperti kualitas pelayanan yang baik dan suasana Desa Wisata Pujon Kidul yang tetap mempertahankan nuansa alam dan kearifan lokal desa, karena hal tersebut akan membangun citra yang positif dari Desa Wisata Pujon Kidul dan eWOM positif yang akan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan lainnya.

2. Menciptakan komunikasi baik dengan *likers* maupun *followers* di instagram agar tercipta eWOM. Komunikasi ini dapat diwujudkan dalam bentuk membalas ataupun menanggapi unggahan maupun ulasan yang dilakukan wisatawan.
3. Selalu berinovasi dan kreatif dalam pengembangan maupun pembuatan paket wisata agar lebih variatif dan edukatif.
4. Senantiasa mengikuti perkembangan teknologi akan tetapi tetap mempertahankan alam, budaya dan kearifan lokal yang ada.
5. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk penelitian. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel penelitian yang digunakan, dengan cara menambah variabel yang akan diteliti diluar penelitian ini ataupun sebaliknya, serta dapat meneliti pada *platform* media yang berbeda sehingga dapat dilihat adanya kemungkinan hasil yang berbeda dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

a. Buku

- Ali Hasan, S. M. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: MEDPRESS.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Priyono, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Taman Sidoarjo: ZIFATAMA PUBLISHING.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

b. Jurnal

- Ali Hasan, S. M., & Setiyaningtiyas, N. W. (2015). Pengaruh Electronic Word of Mout pada Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunung Kidul. *Jurnal Media Wisata Vol. 13*, 226-230.
- Auliya, Z. F., Umam, M. K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: New Era in Indonesia Online Marketing. *EBBANK Vol.8 , No.1*, 90.

- Cheung, Christy, & Thadani, D. R. (2010). The Effectiveness of electronic Word of Communication. *A Lyterature Analysis. Paper. Presented at 23rd Bled eConference eTrust: Implication for the Individual, Enterprises and Society in Slovenia* , 329-345.
- Hasan. (2006). Word of Mouth Marketing sebagai Bauran Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis Vol. 6, No. 2*.
- Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2016). Analisis Faktor Electronic Word of Mouth (eWOM) dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal, Vol. VI No. 2*, 1051.
- Jeong, E., & Jang, S. (2011). Restaurant Experiences Triggering Positive Electronic Word of Mouth Motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 357-366.
- Lim, & Choong hoon. (2012). Effects of Electronic Word of Mouth Messages. *Sport Management International Journal, Vol.8*, 55-75.
- Lovelock, Christopher, & Wirtz, J. (2011). *Service Marketing: People, Technology, Strategy. 7th edition, New Jersey: Pearson Hall*.
- Novita, K. I., & Nurcaya, I. N. (n.d.). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar. *Fakultas Ekonomi Universitas Udayana*, 918.
- Pangestuti, E., & Sari, F. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung pada Coban Rais Pujon. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 54 No. 1* , 192-194.
- Putra, S. P. (n.d.). Pengaruh eWOM terhadap Citra Destinasi, Kepuasan dan Loyalitas pada Kunjungan Wisatawan DIY. *MODUS Vol. 29* , 203-204.
- Rakhmawati, A., Nizar, M., & Murtadlo, K. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Sketsa Bisnis, Vol.6, No.1*, 13-16.
- Rita, Hutomo, K., & Natalia. (2013). Electronic Word of Mouth (eWOM) Foursquare: The New Social Media. *Binus Business Review Vol. 4 No.2*, 715.
- Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Minat berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 54 , No.1*, 190.
- Sari, V. M. (2012). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) di Social Media Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Restoran Holycowsteak). *Jakarta : FISIP UI*.

- Susanta, H., & P, A. E. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Toko Buku Gramedia di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* .
- Taufik, A., & Taufansyah, F. (2015). Pengaruh Kualitas Atribut Produk Wisata Pariwisata terhadap Keputusan Berkunjung ke Kabupaten Sumedang. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 12-13.
- Tseng, Kuo, & Chen, J.M. (2013). The Relationship among Advertisement, Electronic Word of Mouth, and Purchase Intention of Virtual Community Members. *Proceedings for the Northeast Region Decision Sciences Institute*, 28-50.
- Yaylı, Ali, & Bayram, M. (2012). e-WOM: The Effects of Online Consumer Reviews on Purchasing Decisions . *International Journal Internet Marketing and Advertising*, Vol.7 No.1, 51-64.

c. Skripsi

- Anggitasari, A. M. (2016). Pengaruh eWOM terhadap Brand Image dan Brand Trust, serta Dampaknya pada Minat Beli Produk Smartphone Iphone. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Faza, M. A. (2018). Pengaruh eWOM terhadap Minat Beli melalui Citra Merek pada Smartphone Xiaomi di Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Khusaini, A. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta. *Skripsi*.
- Kharimah, N. R. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Pratama, G. F. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jasa Taksi Berbasis Online (Grab Car) pada Mahasiswa Universitas Sumatra Utara. Skripsi. Universitas Sumatra Utara.
- Maulana, A. (2019). Pengaruh Produk Wisata dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung pada Mahakam Lampion Garden. Skripsi. Politeknik Negeri Samarinda.

d. Internet

<http://www.prasmultourism.com/2017/06/27/tren-pariwisata-indonesia-tahun-2017/>

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3036304/indonesia-pasar-terbesar-instagram-di-asia-dengan-45-juta-user>

LAMPIRAN

Surat Pengantar Penelitian



**YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Leksda Adisucipto Km 6 (Tempel, Carantunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 5528
Telp / Fax : (0274) 465116 - 465114 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id - ampta@y

Nomor : 014-Q/AMPTA/XI/2020
Tgl : Pengantar Penelitian

19 November 2020

Kepada
Yth. Kepala Desa Pujon Kidul
Di Pujon Kidul Kab. Matang

Dengan Hormat,

Kami yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menerangkan bahwa :

Nama : Rezky Nur Hikmah
NIM : 419200185
Prodi : Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik : 2020 / 2021
Alamat rumah : Jalan Yos Sudarso 1, Sangatta Utara, Kutai Timur.
Nomor Telp : 0821 9667 5844

Mohon untuk diijinkan melaksanakan observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan
Judul :

**"Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Keputusan Berkunjung di Di
Wisata Pujon Kidul"**

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,

Ms. Pantano, MM

LAMPIRAN 2

Surat Balasan Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN MALANG
KECAMATAN PUJON
DESA PUJONKIDUL

Jl. Raya Pujonkidul RT.003 RW.002
Website : <http://pujonkidul.com> - Email :
PUJON@45291

Nomor : 470 /B4/ 35.07.28.2003 / XI / 2020
Lampiran : -
Perihal : Penerimaan Izin Observasi / Penelitian

Dasar Surat Nomor : 0140.AMPTA/20/2020 Sekolah Tinggi Pariwisata
AMPTA Yogyakarta, bahwa pokok surat tersebut adalah permohonan izin
Melakukan Survey/Research/ Penelitian oleh :

Nama : REZKY NUR HIKMAH
NIM : 419200165
Prodi : Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik : 2020/2021
Universitas : Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Nama tersebut diatas telah kami perkenankan / kami izinkan untuk
melaksanakan Observasi / Penelitian dan pengambilan Data di Desa Wisata
Pujonkidul Kecamatan Pujon Kabupaten Malang.

Demikian surat Balasan Penerimaan Izin Observasi / Penelitian ini kami
sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Pujonkidul, 27 November 2020

KEPALA DESA PUJONKIDUL



LAMPIRAN 3

LEMBAR KUISIONER

Dengan hormat,

Bersama ini saya yang bertanda di bawah ini:

Nama : Rezky Nur Hikmah

NIM : 419200185

Jurusan : D4 Usaha Perjalanan Wisata

Adalah mahasiswi Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Pujon Kidul”.

Untuk itu saya mohon kesediaan bapak/ibu/saudara(i) yang merupakan pengikut akun @cafesawah_pujonkidul untuk mengisi kuisisioner penelitian ini dengan lengkap, jujur dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya agar informasi yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

Atas kesediaan saudara dalam mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Bagian 1:

Data Identitas Responden

Jenis Kelamin : Laki- laki Perempuan

Usia : 16-25 tahun

26-35 tahun

36-45 tahun

>55 tahun

Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa

Pegawai Swasta

PNS / TNI / POLRI

Lainnya

Domisili : Kabupaten Malang

Luar Kab. Malang

Bagian 2

Responden diharapkan untuk memilih satu pernyataan alternatif yang paling sesuai dengan keadaan responden.

Keterangan :

SS : sangat setuju

S : setuju

TS : tidak setuju

STS : sangat tidak setuju

Electronic Word of Mouth

No.	Dimensi	Indikator	Jawaban			
			SS	S	TS	STS
1.	<i>Concern for Others</i>	1. Melalui <i>Instagram</i> , saya terbantu untuk mendapatkan informasi mengenai pilihan produk (paket wisata) di Desa Wisata Pujon Kidul.				
		2. Melalui <i>Instagram</i> , saya mendapatkan informasi mengenai kualitas pelayanan di Desa Wisata Pujon Kidul				
		3. Melalui <i>Instagram</i> , saya dapat merasakan kepedulian orang lain saat				

		merekomendasikan Desa Wisata Pujon Kidul.				
		4. Melalui <i>Instagram</i> , saya mendapatkan rekomendasi yang berkaitan dengan Desa Wisata Pujon Kidul				
2	Expressing Positive Feelings	1. Melalui <i>Instagram</i> , saya mendapatkan informasi mengenai daya tarik di Desa Wisata Pujon Kidul.				
		2. Melalui <i>Instagram</i> , saya dapat merasakan kesenangan orang lain saat ataupun setelah mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul				
		3. Melalui <i>Instagram</i> , saya mendapatkan informasi bahwa Desa Wisata Pujon Kidul merupakan pilihan yang tepat untuk liburan.				
		4. Melalui <i>Instagram</i> , saya mendapatkan informasi mengenai pengalaman positif orang lain di Desa Wisata Pujon Kidul				
3.	Helping the Company	1. Melalui <i>Instagram</i> , saya dapat merasakan kesediaan orang lain dalam membantu				

		publikasi tentang Desa Wisata Pujon Kidul.				
		2. Melalui <i>Instagram</i> , saya dapat merasakan orang lain menginginkan Desa Wisata Pujon Kidul semakin berkembang dan terkenal.				
		3. Melalui <i>Instagram</i> , saya dapat merasakan kesadaran orang lain akan potensi wisata di Desa Wisata Pujon Kidul sehingga timbul pula kesadaran untuk menjaga kelestarian daya tarik wisata Desa Wisata Pujon Kidul.				
		4. Melalui <i>Instagram</i> , pengelola dapat memantau kritik dan saran yang disampaikan user sehingga dapat dijadikan tolok ukur untuk meningkatkan pelayanan.				
4.	Keputusan Berkunjung	Saya mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul karena adanya rekomendasi dan promosi orang lain.				
		Saya mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul karena				

		mendapatkan informasi yang positif dari pihak pengelola.				
		Saya mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul karena adanya berbagai ulasan positif dari orang lain.				
		Saya mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul karena aksesibilitasnya yang mudah.				
		Saya mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul karena daya tariknya yang indah.				
		Saya mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul karena fasilitas wisata yang lengkap dan nyaman.				

LAMPIRAN 4

NO.	X1				TOTAL	X2				TOTAL	X3				TOTAL	Y					TOTAL	
1	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	4	3	3	2	4	3	19
2	3	2	3	4	12	3	3	3	3	12	4	3	2	4	13	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	3	4	3	3	20
4	3	3	3	4	13	3	3	4	4	14	3	4	4	4	15	4	4	3	4	3	4	22
5	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	3	4	3	3	20
6	4	4	3	4	15	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	4	22
7	3	2	3	4	12	4	3	4	3	14	4	4	4	3	15	4	4	3	2	3	4	20
8	4	4	3	3	14	3	3	4	3	13	3	4	3	3	13	3	3	3	3	4	3	19
9	4	3	3	3	13	3	4	3	4	14	4	3	3	4	14	3	3	4	3	4	3	20
10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	4	22
11	3	3	3	4	13	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13	4	3	3	4	3	4	21
12	3	2	3	2	10	2	4	2	3	11	2	2	2	2	8	4	2	2	3	2	2	15
13	3	3	3	4	13	4	4	3	4	15	4	3	4	4	15	3	4	4	4	3	4	22
14	3	3	3	3	12	4	3	3	4	14	3	4	3	4	14	4	3	3	4	3	3	20
15	3	4	3	4	14	4	4	3	3	14	3	4	3	4	14	3	3	4	3	3	4	20
16	4	3	3	3	13	3	3	4	3	13	2	4	3	3	12	3	3	3	2	4	3	18
17	4	3	3	4	14	4	3	4	2	13	2	3	4	4	13	3	4	3	3	4	4	21
18	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	2	3	4	2	11	3	4	4	3	4	4	22
19	3	4	4	4	15	3	4	3	3	13	4	3	4	4	15	3	4	4	2	3	4	20
20	3	3	4	3	13	4	3	4	3	14	3	3	3	4	13	3	3	3	3	3	3	18
21	4	3	1	3	11	4	4	3	4	15	4	4	3	1	12	4	3	4	3	4	3	21
22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	4	22
23	1	3	3	4	11	3	4	3	3	13	2	4	4	3	13	3	4	4	4	1	4	20
24	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	4	3	3	4	14	3	3	3	4	3	3	19
25	3	2	3	1	9	2	2	3	2	9	3	3	3	3	12	3	3	2	3	3	1	15
26	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	4	3	3	19
27	3	2	3	3	11	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12	4	3	3	3	3	3	19
28	3	3	3	3	12	4	4	3	3	14	3	4	4	3	14	3	4	4	4	3	3	21
29	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	4	22
30	4	3	3	4	14	3	3	4	2	12	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	4	23
31	2	2	3	3	10	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12	2	3	3	2	4	3	17
32	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	2	3	2	3	10	3	2	3	3	3	3	17
33	3	3	4	3	13	4	3	4	3	14	3	4	4	4	15	3	4	3	4	3	3	20
34	1	3	3	4	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	1	4	17
35	3	2	2	3	10	4	3	3	3	13	3	3	2	4	12	3	2	3	4	3	3	18
36	3	4	4	3	14	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15	4	4	4	4	3	3	22

37	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	4	4	3	14	3	4	3	4	3	3	20
38	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	1	3	3	16
39	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	2	3	3	17
40	3	4	4	3	14	4	4	4	3	15	3	4	3	4	14	4	3	4	2	3	3	19
41	2	3	3	3	11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	4	4	2	2	3	17
42	3	3	2	3	11	3	3	3	2	11	3	3	2	2	10	3	2	3	3	3	3	17
43	4	4	3	3	14	3	3	4	3	13	4	3	4	3	14	3	4	3	3	4	3	20
44	4	3	4	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	3	3	4	3	20
45	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	4	3	4	4	21
46	4	3	4	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	4	3	19
47	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	3	4	3	3	20
48	3	2	2	3	10	3	1	3	2	9	4	3	3	2	12	4	3	1	3	3	3	17
49	4	4	4	4	16	2	3	4	2	11	4	4	3	4	15	3	3	4	2	4	4	20
50	4	2	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	4	4	3	4	4	22
51	4	2	4	4	14	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	4	22
52	2	2	3	4	11	4	3	3	4	14	3	3	2	3	11	3	2	3	3	2	4	17
53	3	2	3	3	11	4	3	3	3	13	3	3	2	4	12	3	2	3	4	3	3	18
54	3	3	3	3	12	2	2	2	3	9	3	2	2	2	9	4	2	2	4	3	3	18
55	3	2	2	3	10	3	2	2	3	10	3	3	2	3	11	3	2	2	4	3	3	17
56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	2	4	4	22
57	4	3	3	3	13	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	4	3	19
58	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	2	3	3	3	17
59	2	2	2	2	8	3	3	3	2	11	2	4	3	3	12	3	3	3	3	2	2	16
60	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	3	4	4	3	21
61	3	3	2	3	11	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	4	3	3	4	3	3	20
62	3	2	3	4	12	4	3	4	3	14	4	4	4	3	15	3	4	3	4	3	4	21
63	4	3	3	3	13	3	4	4	4	15	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	3	23
64	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	4	3	3	19
65	2	2	2	3	9	3	3	3	2	11	2	4	3	3	12	2	3	3	3	2	3	16
66	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	4	23
67	3	3	3	4	13	3	3	4	3	13	4	3	4	4	15	4	4	3	3	3	4	21
68	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	3	18
69	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
70	4	3	3	4	14	4	4	3	3	14	3	4	4	3	14	3	4	4	3	4	4	22
71	3	3	4	4	14	4	4	3	3	14	3	4	4	3	14	4	4	4	3	3	4	22
72	3	3	3	2	11	3	4	3	3	13	3	3	2	3	11	3	2	4	4	3	2	18
73	3	3	4	4	14	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	3	3	3	4	3	4	20
74	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	4	4	3	3	14	3	3	3	2	3	4	18

75	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15	3	3	3	4	13	3	3	4	2	3	4	19
76	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	3	4	4	3	14	3	4	4	3	4	4	22
77	3	2	3	3	11	3	2	3	2	10	3	2	3	3	11	3	3	2	3	3	3	17
78	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	1	3	3	1	3	3	14
79	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	3	3	4	21
80	4	4	3	4	15	3	4	4	3	14	3	4	4	3	14	3	4	4	4	4	4	23
81	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	4	3	3	19
82	3	2	2	3	10	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12	4	3	3	4	3	3	20
83	3	4	3	3	13	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	4	4	4	3	3	21
84	4	2	2	3	11	4	3	3	3	13	3	4	3	3	13	4	3	3	4	4	3	21
85	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
86	3	3	3	4	13	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12	4	3	4	3	3	4	21
87	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	3	3	4	3	20
88	4	3	4	3	14	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15	4	4	4	3	4	3	22
89	4	3	4	3	14	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12	4	3	2	3	4	3	19
90	3	3	2	3	11	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	4	3	3	4	4	4	22
91	3	3	3	2	11	3	3	3	3	12	4	2	2	3	11	3	2	3	4	3	2	17
92	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	4	22
93	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	4	3	3	3	3	3	19
94	2	1	3	3	9	4	3	3	3	13	3	4	2	1	10	4	2	3	4	2	3	18
95	2	2	3	4	11	4	3	2	3	12	2	4	2	1	9	3	2	3	3	2	4	17
96	3	3	3	3	12	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	4	3	3	19
97	2	4	1	4	11	2	1	4	1	8	3	1	1	4	9	3	1	1	3	2	4	14
98	1	1	3	3	8	3	3	2	2	10	2	3	3	3	11	4	3	3	3	1	3	17
99	3	3	3	3	12	4	3	4	2	13	2	3	2	1	8	3	2	3	2	3	3	16
100																						
0	3	3	4	3	13	4	3	4	3	14	3	3	4	3	13	3	3	3	3	4	3	19

LAMPIRAN 5

Hasil Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Concern for Others
X1.1	Pearson Correlation	1	.294	.253	.127	.551**
	Sig. (2-tailed)		.114	.178	.504	.002
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.294	1	.548**	.366*	.786**
	Sig. (2-tailed)	.114		.002	.046	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.253	.548**	1	.458*	.825**
	Sig. (2-tailed)	.178	.002		.011	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.127	.366*	.458*	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.504	.046	.011		.000
	N	30	30	30	30	30
Concern for Others	Pearson Correlation	.551**	.786**	.825**	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Expressing Positive Feeling
X2.1	Pearson Correlation	1	.444*	.334	.355	.687**
	Sig. (2-tailed)		.014	.071	.054	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.444*	1	.471**	.489**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.014		.009	.006	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.334	.471**	1	.674**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.071	.009		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.355	.489**	.674**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.054	.006	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Expressing Positive Feeling	Pearson Correlation	.687**	.794**	.788**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Helping the Company
X3.1	Pearson Correlation	1	.160	.429*	.507**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.398	.018	.004	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.160	1	.617**	.090	.682**
	Sig. (2-tailed)	.398		.000	.635	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.429*	.617**	1	.427*	.867**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000		.019	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.507**	.090	.427*	1	.641**
	Sig. (2-tailed)	.004	.635	.019		.000
	N	30	30	30	30	30
Helping the Company	Pearson Correlation	.710**	.682**	.867**	.641**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Keputusan Berkunjung
Y1	Pearson Correlation	1	.180	.081	.438*	.486**	.122	.689**
	Sig. (2-tailed)		.342	.671	.015	.006	.521	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.180	1	.485**	.028	.354	.560**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.342		.007	.881	.055	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.081	.485**	1	.026	.213	.303	.565**
	Sig. (2-tailed)	.671	.007		.893	.259	.104	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.438*	.028	.026	1	.139	-.182	.482**
	Sig. (2-tailed)	.015	.881	.893		.462	.336	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.486**	.354	.213	.139	1	.160	.639**
	Sig. (2-tailed)	.006	.055	.259	.462		.398	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.122	.560**	.303	-.182	.160	1	.500**
	Sig. (2-tailed)	.521	.001	.104	.336	.398		.005
	N	30	30	30	30	30	30	30
Keputusan Berkunjung	Pearson Correlation	.689**	.685**	.565**	.482**	.639**	.500**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.007	.000	.005	
	N	30	30	30	30	30	30	30

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

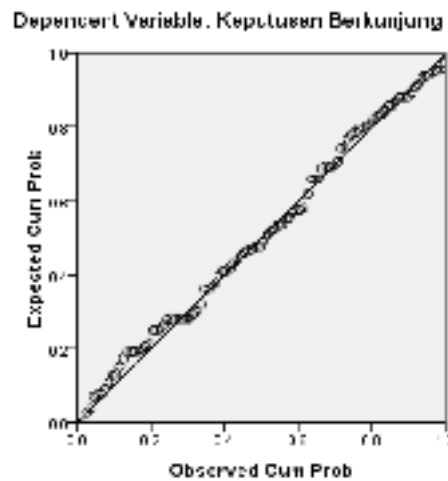
Cronbach's Alpha	N of Items
.850	12

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	6

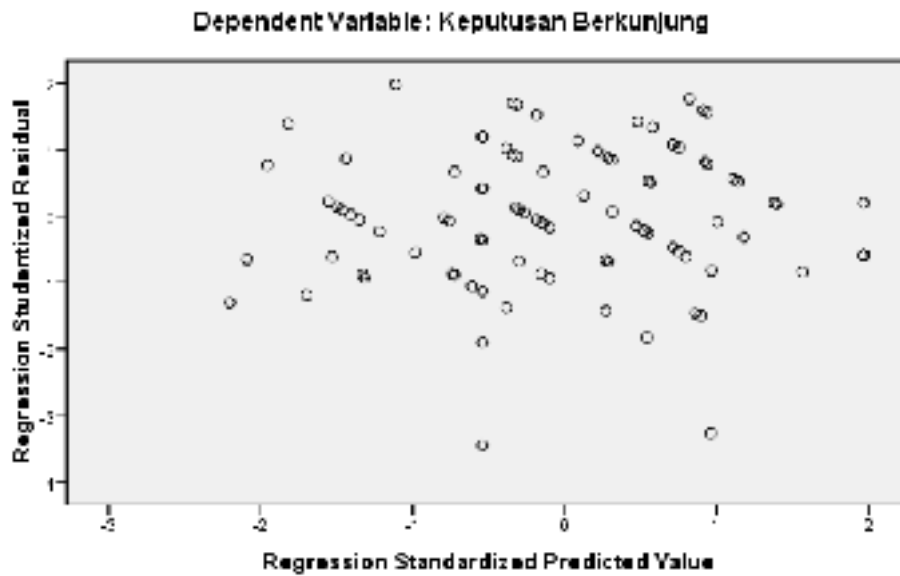
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hasil Uji Heterokedastisitas

Scatterplot



Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.588	1.071		5.216	.000		
	Concern for Others	.344	.087	.304	3.933	.000	.629	1.590
	Expressing Positive Feeling	.318	.094	.275	3.392	.001	.573	1.746
	Helping the Company	.412	.096	.365	4.278	.000	.515	1.941

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.588	1.071		5.216	.000
	Concern for Others	.344	.087	.304	3.933	.000
	Expressing Positive Feeling	.318	.094	.275	3.392	.001
	Helping the Company	.412	.096	.365	4.278	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Hasil Uji R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.640	.629	1.304

a. Predictors: (Constant), Helping the Company, Concern for Others, Expressing Positive Feeling

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	290.463	3	96.821	56.909	.000 ^a
	Residual	163.327	96	1.701		
	Total	453.790	99			

a. Predictors: (Constant), Helping the Company, Concern for Others, Expressing Positive Feeling

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.588	1.071		5.216	.000
	Concern for Others	.344	.087	.304	3.933	.000
	Expressing Positive Feeling	.318	.094	.275	3.392	.001
	Helping the Company	.412	.096	.365	4.278	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Desa Wisata Pujon Kidul







NAMA MAHASISWA: Resty Nur Hleimah

NO. MAHASISWA : 419200135

JUDUL PENELITIAN : Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkonjung di Desa Wisata Pujon Kidul

NAMA PEMBIMBING I: Drs. Santosa, M.M

NAMA PEMBIMBING II: Yudi Setiaji, S.H, M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN Bimbingan	PARAF
	21/10 2020	Uraian label x Bisa 3-4 SW x kepeleusan berkonjung Cari Pujon	LS
	5/11 2020	Kontri awal s, analisis data	LS
	2/12 2020	Spentuhin data data: baru mengenai varabel y	LS
	10/12 2020	Keputusan konjung Part I & II	LS

NO.	TANGGAL	URAIAN Bimbingan	PARAF
1	7/11 20	- Penilaian nomor unit Kaff Rid	LS
2	10/11 20	- Preposisi Ak	LS
3	15/12	- Pelengkapan	LS
4	16/12	- Koffin Gorka Koffin Gorka Danuh	LS

