

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV mengenai pengaruh daya tarik wisata dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Heha Ocean View, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel daya tarik wisata dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Heha Ocean View. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji f yang menunjukkan nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($71,220 > 3,09$) dan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$) sehingga dari hasil tersebut membuktikan bahwa H_{a1} diterima, artinya variabel daya tarik wisata dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Heha Ocean View. Hal ini berarti semakin tinggi nilai daya tarik wisata dan *electronic word of mouth* maka semakin meningkat pula keputusan berkunjung wisatawan.
2. Dari dua variabel bebas yang terdiri dari daya tarik wisata dan *electronic word of mouth*, variabel *electronic word of mouth* merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Heha Ocean View. Hal tersebut dibuktikan

dari hasil uji t pada tabel 4.16, nilai koefisien beta pada variabel *electronic word of mouth* sebesar 0,538 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari nilai koefisien beta pada variabel daya tarik wisata sebesar 0,343. Kemudian, hal tersebut diperkuat dengan nilai t_{hitung} pada variabel *electronic word of mouth* lebih besar dari nilai t_{hitung} pada variabel daya tarik wisata ($7,163 > 4,565$) sehingga berdasarkan nilai tersebut maka H_{a2} diterima, artinya variabel *electronic word of mouth* yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Heha Ocean View.

3. Koefisien determinasi menghasilkan nilai sebesar 0,587 atau 58,7% dan nilai R sebesar 0,771. Nilai tersebut masuk kedalam kategori yang “kuat” karena berada pada nilai interval (0,600 – 0,799) dan arah korelasi menunjukkan arah yang positif (+) artinya jika seluruh variabel bebas dapat ditingkatkan maka keputusan berkunjung akan mengalami peningkatan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Heha Ocean View

Berdasarkan hasil penelitian ini, disebutkan bahwa daya tarik wisata Heha Ocean View berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan hanya saja pada penelitian ini daya tarik wisata memiliki

hasil pengaruh yang paling kecil terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Oleh karena itu, Heha Ocean View perlu untuk terus melakukan inovasi terhadap atraksi wisata lainnya yang lebih menarik dan terus menjaga serta meningkatkan kualitas infrastruktur yang ada agar semakin mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke Heha Ocean View.

Hasil penelitian juga menyebutkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan dan memiliki hasil pengaruh yang paling besar atau dominan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Oleh karena itu, pihak pengelola Heha Ocean View perlu mempertahankan dan meningkatkan kegiatan promosi dan interaksi sosial di media sosial Instagram.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini mengungkapkan bahwa keputusan berkunjung wisatawan dibentuk oleh dua variabel, yaitu daya tarik wisata dan *electronic word of mouth*. Kedua variabel ini mampu mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan sebesar 58,7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih ada 41,3% faktor lain yang mampu mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya perlu mengungkapkan faktor-faktor lain yang diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arjana, I. G. B. (2015). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Muljadi, A.J & Warman, Andri. (2014). *Kepariwisata dan Perjalanan Edisi Revisi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muljadi, A.J. (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Santosa. (2019). *Statistika Hospitalitas: Edisi Revisi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: PT Alfabet.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: PT Alfabet.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: PT Alfabet.

Internet

- Hootsuite. 2022. "Indonesian Digital Report". <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Jurnal

- Ahror, Ubaidillah Al & Hendri Soekotjo. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 3.
- Fujiawati, Fuja Siti & Raharja, Reza Mauldy. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni*. Vol. 6, No. 1.

- Hariono, L. (2018). Apakah E-WOM (Electronic Word Of Mouth) Bisa Mengalahkan WOM (Word Of Mouth) Dalam Mempengaruhi Penjualan. *Competence Journal of Management Studies*. Vol. 12, No. 1.
- Juwita Intan dan Oda I. B. Hariyanto. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Penelitian Manajemen*. Vol. 1, No. 2.
- Mustikasari, Ati & Widaningsih, Sri. (2017). Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Wisata Di Bandung. *Jurnal Manajemen Indonesia*. Vol. 16, No. 2.
- Priatmoko, S. (2017). Pengaruh Atraksi, Media Sosial, Dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*. Vol. 8, No.1.
- Rachmadi, H. (2016). Model Pengambilan Keputusan Berwisata. *Jurnal Media Wisata*. Vol. 14, No. 2.
- Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 54, No. 1.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisataan*.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010 – 2025*.

Skripsi

Anggraeni, Hanifah. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Desa Pasir Panjang Taman Nasional Komodo. Yogyakarta. Skripsi D-IV Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Imtiyaaz, N. P. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah Pada Sektor Pariwisata Di Kabupaten / Kota Provinsi Jawa Tengah Pada Tahun 2017 – 2019. Skripsi S-1 Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Karina, L. A. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berwisata Di Gereja Ayam Kabupaten Magelang. Yogyakarta. Skripsi D-IV Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
- Mahgpiroh, Aulia. (2017). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (Studi Kasus Pada Pengunjung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango). Skripsi S-1 Manajemen UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Putri, M. A. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Bukit Rhema Magelang. Skripsi S-1 Manajemen Universitas Sanata Dharma.
- Riantika, Irma. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Daya Tarik, dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Curug Sidoharjo. Skripsi S-1 Manajemen Universitas Sanata Dharma.
- Yulivia. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Candi Ratu Boko, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman, DIY. Skripsi S-1 Manajemen Universitas Sanata Dharma.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA

Jl. Lakada Adileucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : Info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor: 095/Q.AMPTA/I/2023
Hal : Pengantar Penelitian

24 Januari 2023

Kepada Yth.
HRD HeHa Ocean View
Bolang Girikarto Panggang
Gunungkidul

Dengan Hormat,

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

Nama : Elinea Minanti Brigita
NIM : 419100708
Prodi : Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik : 2022/2023
Alamat : Jl. Kapulogo No.238 A Nologaten Sleman
Nomor Telp : 089634700642

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

" PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI OCEAN HEHA VIEW"

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.



CC : File

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian



PT. HEHA LANCAR KREASINDO
Bolang, Girikarto, Panggang, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa
Yogyakarta 55872 / hehaoceanview@gmail.com

Gunungkidul, 01 Februari 2023

Nomer : 020/HOV/II/2023

Perihal : **Penerimaan dan Pemberian Izin Program Penelitian**

Yth. Kaprodi

Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta

Jalan Laksda Adisucipto Km. 6, Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan ini kami memberikan balasan surat Nomer **095/Q.AMPTA/I/2023** perihal Permohonan Izin Penelitian, untuk memberitahukan bahwa akan menerima Mahasiswi dari Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta untuk melakukan kegiatan Penelitian Mahasiswi tersebut atas nama:

Nama : Elinea Minanti Brigita

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Demikian surat pemberitahuan ini dibuat, agar kedepan dipergunakan dengan sebaik-baiknya untuk kepentingan study dan menambah pengetahuan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat Kami,



Andreas Supryatna
General Manager

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Kepada Yth.

Wisatawan Heha Ocean View

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir berupa skripsi yang sedang peneliti lakukan di Jurusan D-IV Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Heha Ocean View”**. Adapun salah satu cara untuk memperoleh data adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Untuk itu, peneliti mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu dan Saudara/i untuk mengisi kuesioner sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian ini. Partisipasi Bapak/Ibu/ dan Saudara/i akan sangat membantu keberhasilan penelitian yang sedang dilaksanakan. Peneliti akan sangat menghargai setiap jawaban yang Bapak/Ibu/ dan Saudara/i berikan dan akan tetap dijaga kerahasiaannya, serta tidak akan berpengaruh terhadap kedudukan dan status Bapak/Ibu dan Saudara/i saat ini. Hasil dari kuesioner ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian. Atas kesediaan dan kerjasamanya, peneliti ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Elenia Minanti Brigita

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

Berilah tanggapan dengan mengisi titik-titik dan tanda (✓) pada alternatif yang saudara/i pilih.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Usia : 18 – 23 tahun 24 – 29 tahun
 30 – 35 tahun ≥ 35 tahun
4. Pekerjaan : PNS / TNI / POLRI Pegawai Swasta
 Wiraswasta Pelajar/Mahasiswa
5. Daerah Asal : D.I Yogyakarta Jawa Barat
 Jawa Tengah Luar Jawa
 Jawa Timur
6. Sudah berapa kali Anda melakukan kunjungan ke Heha Ocean View?
 1 kali 2 – 3 kali > 3 kali
7. Darimana Anda mendapat informasi mengenai Heha Ocean View? (Boleh dicentang lebih dari 1 kali)
 Facebook Instagram Twitter
 Tiktok Lain-Lain.....(silahkan diisi)

B. Kuesioner

Berilah tanda (√) pada salah satu alternatif jawaban yang saudara/i anggap sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Kriteria jawaban sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju (Skor 4)

S : Setuju (Skor 3)

TS : Tidak Setuju (Skor 2)

STS : Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Variabel Bebas (X1) : Daya Tarik Wisata					
<i>Something to see</i>					
1	Pemandangan laut selatan yang indah dengan panorama tebing-tebing di sekitarnya menjadi daya tarik pada Heha Ocean View.				
2	Heha Ocean View menyuguhkan panorama matahari terbenam (<i>sunset</i>) yang memukau.				
<i>Something to do</i>					
3	Terdapat banyak spot foto <i>instagramable</i> yang menarik untuk berfoto di Heha Ocean View.				
4	Aktivitas wisata yang dapat dilakukan di Heha Ocean View sangat beragam.				
<i>Something to buy</i>					
5	Heha Ocean View menyediakan <i>food stall</i> yang menjual berbagai macam pilihan makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau.				
6	Souvenir di Heha Ocean View unik dan harganya terjangkau.				
Variabel Bebas (X2) : <i>Electronic Word of Mouth</i>					
<i>Intensity</i>					
7	Saya sering membaca <i>review</i> /ulasan perjalanan dari wisatawan lain di Instagram untuk memastikan bahwa saya memilih destinasi wisata yang tepat (seperti Heha Ocean View).				
8	Saya sering berkonsultasi dengan wisatawan lain tentang ulasannya di Instagram mengenai destinasi wisata yang menarik (seperti Heha Ocean View).				

9	Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan wisatawan lain melalui Instagram mengenai destinasi wisata tersebut sebelum saya melakukan perjalanan.				
Valence of Opinion					
10.	Saya memutuskan untuk berkunjung ke sebuah destinasi (seperti Heha Ocean View) karena banyaknya komentar positif yang ditulis oleh wisatawan di Instagram.				
11.	Saya memutuskan untuk berkunjung ke sebuah destinasi (seperti Heha Ocean View) karena rekomendasi dari wisatawan melalui Instagram.				
12	Melalui komentar ketidakpuasan wisatawan lain di Instagram mempengaruhi keputusan saya untuk berkunjung ke sebuah destinasi (seperti Heha Ocean View).				
Content					
13	Saya mendapatkan informasi mengenai fasilitas objek wisata Heha Ocean View di Instagram.				
14	Saya mendapatkan informasi mengenai kualitas objek wisata Heha Ocean View di Instagram.				
15	Saya mendapatkan informasi terkait harga-harga yang ditawarkan oleh Heha Ocean View melalui Instagram (misalnya tiket masuk, makanan, dll).				
Variabel Terikat (Y) : Keputusan Berkunjung					
Pengenalan Kebutuhan					
16	Dengan rutinitas yang padat membuat saya membutuhkan rekreasi.				
17	Sering berwisata menjadikan kegiatan berwisata sebagai kebutuhan saya.				
18	Saya membutuhkan jasa pariwisata objek wisata Heha Ocean View untuk mengisi waktu libur.				
Perilaku Pra-Pembelian					
19	Melalui media sosial Instagram, saya mencari informasi terlebih dahulu sebelum berkunjung ke Heha Ocean View.				
20	Saya mengetahui objek wisata Heha Ocean View dari informasi yang terdapat di Instagram.				
21	Saya bertanya kepada orang yang pernah				

	berkunjung ke Heha Ocean View sebelum memutuskan berkunjung.				
Evaluasi Alternatif					
22	Saya memutuskan memilih Heha Ocean view sebagai tempat tujuan wisata setelah beberapa kali mengunjungi akun Instagram @hehaoceanview.				
23	Saya memutuskan memilih Heha Ocean view sebagai tempat tujuan wisata setelah mengetahui berbagai kelebihan objek wisata ini.				
24	Saya memutuskan memilih Heha Ocean View sebagai tempat tujuan wisata karena keindahan dan keunikan yang berbeda dari objek wisata lain.				
Pembelian					
25	Saya memutuskan berkunjung ke Heha Ocean View karena banyak ulasan (<i>review</i>) yang mendukung.				
26	Saya merasa yakin berkunjung ke Heha Ocean View sebagai pilihan yang tepat dalam berwisata.				
27	Objek wisata Heha Ocean View merupakan tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisata saya.				

Lampiran 4 Hasil Tabulasi Data Kuesioner

No	Daya Tarik Wisata (X1)						Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	4	3	3	3	3	3	19
2	4	4	4	4	4	4	24
3	3	2	1	3	2	1	12
4	3	3	3	3	3	3	18
5	3	3	3	3	3	3	18
6	3	3	3	3	3	3	18
7	3	4	3	3	3	4	20
8	2	3	1	2	1	2	11
9	4	3	2	3	2	2	16
10	3	4	3	3	2	2	17
11	3	3	3	1	2	1	13
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	3	4	3	3	2	19
14	3	4	4	3	3	3	20
15	3	4	4	3	4	2	20
16	4	4	4	3	3	2	20
17	3	3	4	4	2	2	18
18	3	3	3	3	3	2	17
19	4	3	4	4	4	3	22
20	3	4	3	4	3	4	21
21	2	3	3	3	3	4	18
22	4	4	4	4	3	3	22
23	4	4	4	3	2	2	19
24	4	4	4	3	3	3	21
25	4	4	4	4	4	3	23
26	4	4	4	3	3	3	21
27	3	3	3	3	2	3	17
28	3	2	3	2	2	3	15
29	4	3	4	3	3	2	19
30	3	3	4	3	2	2	17
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	3	4	2	2	3	18
33	4	3	4	4	4	4	23
34	4	4	4	3	3	3	21
35	3	2	2	4	2	2	15
36	4	4	3	3	2	2	18
37	4	4	4	4	4	4	24

No	Daya Tarik Wisata (X1)						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1
38	4	4	4	4	3	3	22
39	4	4	4	4	3	3	22
40	4	4	3	2	3	3	19
41	3	4	4	3	2	3	19
42	3	4	3	3	3	3	19
43	3	3	3	3	3	3	18
44	4	4	3	4	4	3	22
45	3	3	3	3	3	2	17
46	3	3	4	3	2	2	17
47	4	4	3	3	3	3	20
48	3	4	4	4	3	4	22
49	3	4	3	3	3	3	19
50	4	3	3	3	3	3	19
51	3	2	3	2	2	3	15
52	4	4	4	4	4	4	24
53	3	3	4	2	2	2	16
54	4	4	4	4	4	3	23
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	3	2	1	2	16
57	4	3	4	2	3	2	18
58	4	4	4	3	1	2	18
59	4	3	4	4	3	3	21
60	3	2	3	2	4	4	18
61	3	3	4	2	3	2	17
62	3	4	4	3	3	3	20
63	3	3	3	3	3	3	18
64	4	3	3	3	1	2	16
65	3	3	3	2	1	3	15
66	4	4	4	2	3	3	20
67	3	3	3	3	3	3	18
68	3	4	3	2	4	1	17
69	4	4	4	4	3	4	23
70	4	4	3	2	2	2	17
71	4	3	3	3	2	2	17
72	4	3	4	3	3	3	20
73	3	3	3	3	3	4	19
74	3	2	4	3	4	4	20
75	4	4	4	4	3	3	22
76	4	3	3	3	3	3	19

No	Daya Tarik Wisata (X1)						Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	3	3	3	4	3	20
79	3	3	4	3	3	3	19
80	4	4	3	3	4	3	21
81	4	4	4	4	3	3	22
82	3	4	4	3	3	3	20
83	2	4	1	3	3	3	16
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	3	4	3	3	21
86	4	4	3	3	2	2	18
87	4	3	2	3	2	2	16
88	3	4	4	3	2	3	19
89	4	4	3	3	2	2	18
90	4	3	4	3	4	2	20
91	3	2	3	4	4	2	18
92	2	2	2	2	4	2	14
93	3	3	3	2	2	2	15
94	3	3	4	2	3	2	17
95	3	2	4	4	3	2	18
96	3	3	4	3	2	3	18
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	3	3	2	2	2	16
99	4	4	3	3	4	2	20
100	4	4	4	3	2	2	19

No	Electronic Word of Mouth (X2)									Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	
1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	32
3	2	2	3	2	2	4	4	3	2	24
4	3	1	1	2	2	2	3	3	3	20
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
7	2	2	3	3	3	4	3	2	4	26
8	3	3	3	3	3	4	4	3	1	27
9	3	3	3	3	3	1	4	3	3	26
10	3	3	4	3	4	3	3	3	1	27
11	3	1	3	3	3	2	3	3	2	23
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
13	3	3	3	3	4	4	3	3	3	29
14	4	2	3	2	3	3	4	4	3	28
15	4	1	3	4	2	3	3	4	4	28
16	3	2	3	3	3	4	2	2	2	24
17	3	3	3	3	3	4	3	3	2	27
18	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
19	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34
20	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31
21	4	4	3	3	3	3	4	4	4	32
22	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33
23	2	3	4	3	3	3	4	3	3	28
24	3	3	3	4	4	2	4	4	4	31
25	3	4	4	3	3	3	3	3	4	30
26	4	3	4	4	3	4	2	2	3	29
27	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
28	3	2	3	3	2	3	3	2	3	24
29	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
30	3	3	4	3	3	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
32	4	3	4	3	3	3	3	3	2	28
33	4	4	4	4	4	1	4	4	4	33
34	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
35	2	4	4	2	2	3	3	3	3	26
36	4	3	4	4	4	3	4	3	3	32
37	4	4	4	4	4	2	4	4	3	33
38	4	3	3	4	4	3	4	4	4	33
39	4	3	3	4	4	4	4	4	3	33

No	Electronic Word of Mouth (X2)									Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	
40	4	3	3	4	3	2	2	3	1	25
41	4	2	4	2	2	4	2	2	2	24
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
43	3	2	2	2	2	3	3	2	2	21
44	3	4	3	4	4	4	4	4	3	33
45	3	3	3	4	3	2	3	3	3	27
46	4	3	3	4	4	2	4	4	2	30
47	3	1	3	2	2	3	4	4	3	25
48	4	3	3	4	3	1	3	3	3	27
49	3	3	3	3	2	3	4	3	3	27
50	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
51	3	2	3	3	2	3	3	3	2	24
52	3	2	4	4	4	3	3	3	3	29
53	3	2	1	3	3	4	2	4	3	25
54	4	2	3	4	4	2	4	4	2	29
55	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
56	3	2	3	2	2	4	3	3	3	25
57	4	2	3	4	4	3	3	3	2	28
58	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
59	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
60	2	1	3	4	2	3	1	4	1	21
61	3	2	2	3	2	2	3	3	2	22
62	4	3	3	3	3	4	4	3	4	31
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
64	2	2	4	3	4	4	4	4	2	29
65	3	2	2	2	2	2	3	3	3	22
66	4	3	4	4	2	4	4	4	2	31
67	3	3	3	3	2	3	2	2	3	24
68	3	1	3	4	3	3	2	3	3	25
69	3	2	3	3	3	2	3	3	3	25
70	3	3	4	3	4	3	4	4	3	31
71	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34
72	4	3	4	4	3	3	4	4	3	32
73	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
74	4	4	4	2	4	3	3	2	4	30
75	3	3	4	4	4	4	3	3	3	31
76	2	2	2	3	1	1	1	1	1	14
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
78	3	3	4	3	3	3	3	3	4	29

No	Electronic Word of Mouth (X2)									Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	
79	4	3	4	3	3	2	4	2	2	27
80	3	2	3	3	3	2	4	4	3	27
81	3	3	4	4	3	2	3	3	3	28
82	4	3	2	3	2	3	3	3	4	27
83	2	4	3	1	3	3	3	2	2	23
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
85	4	4	4	3	3	4	4	3	2	31
86	4	1	4	4	3	3	4	3	2	28
87	3	3	3	3	3	1	4	3	3	26
88	3	4	4	3	2	4	4	2	2	28
89	4	4	4	4	4	3	4	4	3	34
90	2	2	3	4	3	4	4	4	3	29
91	2	3	2	3	4	2	4	4	2	26
92	3	1	4	2	4	2	1	4	4	25
93	1	3	4	3	3	4	3	3	3	27
94	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
95	3	3	4	3	3	4	3	4	4	31
96	4	2	3	2	2	4	2	2	2	23
97	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
98	3	3	4	3	4	2	3	4	2	28
99	1	1	1	1	1	4	2	2	2	15
100	4	3	3	3	3	2	3	3	3	27

No	Keputusan Berkunjung (Y)												
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Total Y
1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	42
3	4	4	2	3	3	2	2	3	3	2	3	1	32
4	3	3	2	3	3	1	3	2	3	2	3	3	31
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
7	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	4	41
8	4	2	1	3	3	4	2	3	2	3	2	1	30
9	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	38
10	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	1	36
11	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	33
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
13	3	2	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	36
14	4	4	4	4	4	2	3	2	3	2	3	3	38
15	4	2	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	42
16	3	3	2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	33
17	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	2	3	34
18	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
19	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	3	41
20	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	42
21	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	40
22	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	44
23	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
24	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46
25	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
26	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	44
27	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	33
28	4	2	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	35
29	4	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	39
30	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	39
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
32	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	41
33	3	4	1	3	4	4	3	3	4	4	4	4	41
34	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
35	4	3	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	28
36	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	40
37	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	45

No	Keputusan Berkunjung (Y)												Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
40	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	45
41	4	4	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	33
42	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	32
43	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	36
44	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	45
45	3	4	2	3	3	2	4	3	4	3	3	3	37
46	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	40
47	4	3	2	4	4	1	4	4	4	2	4	4	40
48	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	44
49	4	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	3	43
50	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	32
51	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	33
52	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	38
53	3	2	2	3	4	3	3	4	2	2	3	3	34
54	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	45
55	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	43
56	4	2	3	3	3	2	3	3	4	2	2	3	34
57	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	35
58	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
60	1	3	4	4	2	2	1	1	2	3	2	1	26
61	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	29
62	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	39
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
64	4	4	2	4	3	4	2	2	3	2	3	2	35
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
66	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	45
67	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
68	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	34
69	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	40
70	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	36
71	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	39
72	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	43
73	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	44
74	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4	2	4	40
75	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	39
76	3	3	3	1	1	1	3	3	3	3	4	3	31

Lampiran 5 Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	30	30.0	30.0	30.0
	Perempuan	70	70.0	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 23 Tahun	55	55.0	55.0	55.0
	24 - 29 Tahun	27	27.0	27.0	82.0
	30 - 35 Tahun	11	11.0	11.0	93.0
	> 35 Tahun	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS/TNI/POLRI	5	5.0	5.0	5.0
	Wiraswasta	9	9.0	9.0	14.0
	Pegawai Swasta	26	26.0	26.0	40.0
	Pelajar/Mahasiswa	52	52.0	52.0	92.0
	Lainnya	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Daerah Asal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D.I Yogyakarta	11	11.0	11.0	11.0
	Jawa Tengah	20	20.0	20.0	31.0
	Jawa Timur	17	17.0	17.0	48.0
	Jawa Barat	16	16.0	16.0	64.0
	Luar Jawa	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jumlah Kunjungan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Kali	73	73.0	73.0	73.0
	2 - 3 Kali	21	21.0	21.0	94.0
	> 3 Kali	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Facebook	2	2.0	2.0	2.0
	Instagram	84	84.0	84.0	86.0
	Tiktok	3	3.0	3.0	89.0
	Twitter	1	1.0	1.0	90.0
	Lainnya	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel

A. Daya Tarik Wisata (X_1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	S	42	42.0	42.0	46.0
	SS	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	9.0	9.0	9.0
	S	41	41.0	41.0	50.0
	SS	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	4	4.0	4.0	7.0
	S	42	42.0	42.0	49.0
	SS	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	18	18.0	18.0	19.0
	S	53	53.0	53.0	72.0
	SS	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.0	5.0	5.0
	TS	26	26.0	26.0	31.0
	S	45	45.0	45.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	35	35.0	35.0	38.0
	S	44	44.0	44.0	82.0
	SS	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

B. *Electronic Word of Mouth (X₂)***X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	10	10.0	10.0	12.0
	S	49	49.0	49.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9.0	9.0	9.0
	TS	25	25.0	25.0	34.0
	S	47	47.0	47.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	6	6.0	6.0	9.0
	S	50	50.0	50.0	59.0
	SS	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	12	12.0	12.0	14.0
	S	49	49.0	49.0	63.0
	SS	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	19	19.0	19.0	21.0
	S	46	46.0	46.0	67.0
	SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.0	5.0	5.0
	TS	22	22.0	22.0	27.0
	S	39	39.0	39.0	66.0
	SS	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	9	9.0	9.0	12.0
	S	44	44.0	44.0	56.0
	SS	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	13	13.0	13.0	14.0
	S	48	48.0	48.0	62.0
	SS	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.0	5.0	5.0
	TS	25	25.0	25.0	30.0
	S	46	46.0	46.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

C. Keputusan Berkunjung (Y)

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	3	3.0	3.0	4.0
	S	35	35.0	35.0	39.0
	SS	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	18	18.0	18.0	20.0
	S	39	39.0	39.0	59.0
	SS	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	29	29.0	29.0	33.0
	S	45	45.0	45.0	78.0
	SS	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	4	4.0	4.0	7.0
	S	46	46.0	46.0	53.0
	SS	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	4	4.0	4.0	7.0
	S	45	45.0	45.0	52.0
	SS	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	8.0	8.0	8.0
	TS	28	28.0	28.0	36.0
	S	35	35.0	35.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.0	5.0	5.0
	TS	11	11.0	11.0	16.0
	S	49	49.0	49.0	65.0
	SS	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	11	11.0	11.0	13.0
	S	49	49.0	49.0	62.0
	SS	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	S	48	48.0	48.0	55.0
	SS	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	14	14.0	14.0	15.0
	S	54	54.0	54.0	69.0
	SS	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	11	11.0	11.0	12.0
	S	53	53.0	53.0	65.0
	SS	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	10	10.0	10.0	14.0
	S	52	52.0	52.0	66.0
	SS	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 7 Hasil Uji Statistik SPSS

A. Uji Validitas

1. Daya Tarik Wisata (X_1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.418*	.634**	.415*	.377*	.014	.629**
	Sig. (2-tailed)		.022	.000	.023	.040	.942	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.418*	1	.531**	.431*	.424*	.271	.679**
	Sig. (2-tailed)	.022		.003	.017	.020	.147	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.634**	.531**	1	.480**	.643**	.212	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.007	.000	.261	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.415*	.431*	.480**	1	.570**	.492**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.023	.017	.007		.001	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.377*	.424*	.643**	.570**	1	.531**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.040	.020	.000	.001		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.014	.271	.212	.492**	.531**	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.942	.147	.261	.006	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.629**	.679**	.799**	.780**	.835**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	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).

2. Electronic Word of Mouth (X₂)

		Correlations									
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.014	.228	.287	.127	.216	.106	.338	.356	.444*
	Sig. (2-tailed)		.940	.226	.124	.505	.252	.576	.068	.053	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.014	1	.542**	.399*	.553**	.291	.337	.176	.231	.677**
	Sig. (2-tailed)	.940		.002	.029	.002	.119	.069	.353	.219	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.228	.542**	1	.599**	.625**	.390*	.262	.104	.230	.716**
	Sig. (2-tailed)	.226	.002		.000	.000	.033	.162	.584	.221	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.287	.399*	.599**	1	.523**	.369*	.227	.329	.468**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.124	.029	.000		.003	.044	.227	.076	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.127	.553**	.625**	.523**	1	.303	.466**	.352	.186	.734**
	Sig. (2-tailed)	.505	.002	.000	.003		.104	.009	.057	.325	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.216	.291	.390*	.369*	.303	1	-.127	.000	-.009	.449*
	Sig. (2-tailed)	.252	.119	.033	.044	.104		.504	1.000	.962	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.106	.337	.262	.227	.466**	-.127	1	.652**	.379*	.578**
	Sig. (2-tailed)	.576	.069	.162	.227	.009	.504		.000	.039	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.338	.176	.104	.329	.352	.000	.652**	1	.518**	.599**
	Sig. (2-tailed)	.068	.353	.584	.076	.057	1.000	.000		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.356	.231	.230	.468**	.186	-.009	.379*	.518**	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.053	.219	.221	.009	.325	.962	.039	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.444*	.677**	.716**	.747**	.734**	.449*	.578**	.599**	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.000	.000	.000	.013	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	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).

3. Keputusan Berkunjung (Y)

		Correlations												Total_Y
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.111	.245	.487**	.586**	.253	.333	.448*	.243	.331	.331	-.024	.501**
	Sig. (2-tailed)		.560	.192	.006	.001	.177	.072	.013	.196	.074	.074	.902	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.111	1	.461*	.271	.456*	.273	.223	.079	.249	.089	.158	.310	.496**
	Sig. (2-tailed)	.560		.010	.148	.011	.144	.235	.677	.185	.639	.405	.096	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.245	.461*	1	.330	.457*	.149	.621**	.256	.529**	.290	.568**	.487**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.192	.010		.075	.011	.433	.000	.172	.003	.120	.001	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.487**	.271	.330	1	.637**	.100	.486**	.385*	.429*	.360	.263	.166	.575**
	Sig. (2-tailed)	.006	.148	.075		.000	.600	.006	.036	.018	.051	.159	.381	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.586**	.456*	.457*	.637**	1	.176	.697**	.489**	.545**	.538**	.637**	.442*	.800**
	Sig. (2-tailed)	.001	.011	.011	.000		.352	.000	.006	.002	.002	.000	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.253	.273	.149	.100	.176	1	.106	.355	.188	.342	.105	.042	.427*
	Sig. (2-tailed)	.177	.144	.433	.600	.352		.577	.054	.321	.064	.581	.828	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.333	.223	.621**	.486**	.697**	.106	1	.612**	.790**	.638**	.823**	.656**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.072	.235	.000	.006	.000	.577		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.448*	.079	.256	.385*	.489**	.355	.612**	1	.465**	.915**	.638**	.507**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.013	.677	.172	.036	.006	.054	.000		.010	.000	.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.243	.249	.529**	.429*	.545**	.188	.790**	.465**	1	.504**	.710**	.482**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.196	.185	.003	.018	.002	.321	.000	.010		.004	.000	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.331	.089	.290	.360	.538**	.342	.638**	.915**	.504**	1	.736**	.643**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.074	.639	.120	.051	.002	.064	.000	.000	.004		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y11	Pearson Correlation	.331	.158	.568**	.263	.637**	.105	.823**	.638**	.710**	.736**	1	.714**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.074	.405	.001	.159	.000	.581	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	-.024	.310	.487**	.166	.442*	.042	.656**	.507**	.482**	.643**	.714**	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.902	.096	.006	.381	.014	.828	.000	.004	.007	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.501**	.496**	.686**	.575**	.800**	.427*	.843**	.743**	.742**	.779**	.810**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.005	.000	.001	.000	.019	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	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).

B. Uji Realibilitas

1. Daya Tarik Wisata (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	6

2. *Electronic Word of Mouth (X2)*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	9

3. Keputusan Berkunjung (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	12

C. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.57595964
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.050
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

D. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.335	2.829		1.885	.062		
	Daya Tarik Wisata	.686	.150	.343	4.565	.000	.740	1.350
	Electronic Word Of Mouth	.716	.100	.538	7.163	.000	.740	1.350

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

E. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1858.999	2	929.499	71.220	.000 ^b
	Residual	1265.961	97	13.051		
	Total	3124.960	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik Wisata

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Daya Tarik Wisata	Electronic Word Of Mouth
1	1	2.979	1.000	.00	.00	.00
	2	.011	16.431	.77	.00	.71
	3	.010	16.912	.23	1.00	.29

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

F. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.335	2.829		1.885	.062
	Daya Tarik Wisata	.686	.150	.343	4.565	.000
	Electronic Word of Mouth	.716	.100	.538	7.163	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

G. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.595	.587	3.613

a. Predictors: (Constant), Electronic Word of Mouth, Daya Tarik Wisata

Lampiran 8 Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.26	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.95	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 9 Tabel T

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92983
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00956	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 -120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66355	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 10 Dokumentasi Wawancara

Foto Wawancara Bersama *Head of Sales & Marketing* Heha Ocean View

Melalui Zoom



Lampiran 11 Lembar Bimbingan Skripsi

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA PEMBIMBING I: Drs. Rahatno, M.M

NAMA PEMBIMBING II: Harri Rachmodi, S.E., M.M.

NAMA MAHASISWA: Elenia Myranti Bragita
 NO. MAHASISWA : 419100708
 JUDUL PENELITIAN : Peran dan Dampak Tarif Listrik dan
Waktu Terhadap Kepuasan Bericung dan
Waktu di Heba Ocean View.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PAPAR	NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PAPAR
1.	15/11/19	Ada kordin. dengan dosen di kelas	<input checked="" type="checkbox"/>	1.		Persepsi 10TB kebeli	<input checked="" type="checkbox"/>
		aman di kelas				Kemungkinan pbl	<input checked="" type="checkbox"/>
		Upr daya Terasi	<input checked="" type="checkbox"/>			Pt ASJMS	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	16/11/19	Mawaris dan bimbingan	<input checked="" type="checkbox"/>			Kuafikasi	
		Upr. Mawaristi		2		Kutipan di Kook	<input checked="" type="checkbox"/>
						Ken (hasil, body, fms)	
3.	16/11/19	Peningg. Acc, upu	<input checked="" type="checkbox"/>	3		Runt. Kuafikasi	<input checked="" type="checkbox"/>
		Upr. para 2				Konstan	
	19/11/19	Beberapa hal yg	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Daya Upd.					
		Langkah yg diambil	<input checked="" type="checkbox"/>	4		Ases. Proposao	<input checked="" type="checkbox"/>
		Langkah 3					



NAMA PEMBIMBING: Drs. Rohatno, M.M.

NAMA MAHASISWA: Elena Mahanti Brigha
 NO. MAHASISWA : 414100708
 JUDUL PENELITIAN : Kemudahan Daya Tindak Lintas dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berpindah Wisatawan di Hela Ocean View.
 NAMA PEMBIMBING II: Hari Rachmadi, S.E., M.M.

NO.	TANGGAL	URAIAN BAHASA	PADA
5	11/3/22	Uraian Dupa dan Persepsi dan kondisi di Bantul	✓
		Uraian Adminisrasi dan Variabel angle	
		Uraian dan Looping	
		Uraian	
		Uraian absahat	
		Uraian Lampung	
	12/6/22	Laporan A/C	✓

NO.	TANGGAL	URAIAN BAHASA	PADA
5		Abstract	✓
6		ITXL PERSEMBAHAN NIDU	✓
7		ACC SKRIPS	✓