

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan. Menggunakan variabel bebas yaitu E-WOM (X) dan variabel terikat yaitu minat berkunjung wisatawan (Y). Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden. Dalam penelitian ini penulis menganalisis hasil penelitian menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS Statistic 22. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dilanjutkan dengan olah data menggunakan SPSS kemudian dianalisis.

Dari penelitian yang sudah dilakukan sesuai data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa E-WOM berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Ledok Sambu. E-WOM adalah sebuah sarana yang tepat dan baik dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke sebuah tempat destinasi wisata, terlebih bagi wisata di Destinasi Wisata Ledok Sambu karena E-WOM memiliki efisiensi yang cepat dan mudah digunakan dalam membagikan informasi seputar tempat wisata dan juga bisa menjangkau secara luas terutama kepada orang-orang yang aktif dalam mencari informasi mengenai tempat wisata melalui media sosial. Maka akan sangat bagus bagi para pengelola tempat wisata khususnya di Destinasi Wisata Ledok Sambu agar lebih memaksimalkan

penggunaan media sosial agar semakin meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

B. Saran

Melihat dari hasil penelitian, maka saran-saran berikut dapat dipertimbangkan guna dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke Destinasi Wisata Ledok Sambu.

1. Bagi pihak perusahaan/pengelola Destinasi Wisata Ledok Sambu

Pengelola Destinasi Wisata Ledok Sambu diharapkan juga meningkatkan perhatian khusus akan pentingnya peran *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) di masyarakat, karena variabel E-WOM mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berkunjung, diantaranya yaitu dengan mengapresiasi review yang diberikan orang lain mengenai Destinasi Wisata Ledok Sambu di beberapa media sosial. Apresiasi tersebut dapat berupa repost ulang ataupun reward khusus dari perusahaan. Hal tersebut sangat diperlukan karena sumber informasi berasal dari review/tag yang diberikan oleh orang lain, dan dapat mempengaruhi calon pengunjung sebelum memutuskan berkunjung..

2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Peneliti berikutnya dapat menggunakan variabel selain E-WOM yang juga memiliki hubungan atau dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan seperti bauran promosi dan atribut produk wisata.
 - b. Peneliti selanjutnya dapat meneliti destinasi wisata lain yang mulai diminati masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 1982 dalam Saragih. (1993). *Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Sosial di Daerah Jawa Tengah*.
- A, Yoeti, Oka . (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa, Bandung.
- AB Susanto & Philip Kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Albarq. (2014). Measuring the Impacts of Online Word of Mouth on Tourists" Attitude and Intentions to Visit Jordan : An Empirical Study. *International Bussines Research*, 7 (1), 14-22.
- Ali Hasan dan Niken Widiati Setyaningtyas. (2015). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. *Jurnal Media Wisata*, 13(1).
- Anwar Sanusi. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Drs.Sofar Silaen dan Widiono. (2013). *Metodelogi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, In Media.
- Ericha Lisa Wibowo dan Aditya Wardhana. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Di Dago Dream Park Melalui Citra Destinasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Aktif Instagram di Jawa Barat). *Jurnal*, 7(1).
- Goyette, I., Ricard, L., Barger, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 5-23.
- Gruen,T.W et al (2006), e-WOM: The Impact Of Customer-To-Customer Online Knowhow Exchange On Customer Value And Loyalty. *Journal Of Business Research*, 59(4) : 449-456.
- Hadiwijoyo, Surya Sakti. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

- Jang, S., Bai, B., Hu, C., & Wu, C-M. E. (2009). Affect, travel motivation, and travel intention: A senior market. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(1), 51–73
- Kietzmann, & Canhoto. (2013). Bittersweet! Understanding and Managing Electronic Word Of Mouth. *Journal of Public Affairs*, 18.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Lin, Chinho, Yi Shuang Wu, Jeng-Chung Victor Chen. 2013. *Electronic Word of Mouth: The Moderating Roles Of Product Involvement And Brand Image*. Thailand.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). *Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management*. 29, 458–468.
- Moh. Nazir. (1998). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Mulyati, Y., Haryeni, & Masruri. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Citra Destinasi serta Dampaknya pada Minat dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik pada Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Jurnal Ekonomi & Bisni Dharma Andalas*, 20(1), 168-187.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie. (2007). *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*. PT. Indeks. Jakarta.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. (2001). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Subekti, A.I. (2017). Peran Perempuan Dalam Pariwisata Di Desa Wisata Wukirsari Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sugiyama, A. G. (2011). *Ecotourism : Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Pintrich, P. R., & Schunk, D. H. (2002). *Motivation in education: Theory, research, and applications (2nd ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

UNWTO. (2016). *Why Tourism? Retrieved from United Nations World Tourism Organization (UNWTO): <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>*

Yuliyani dan Suharto. (2022). Pengaruh Ewom Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Akun @Explorejogja). *Journal of Tourism and Economic*, 5(2) : 161-177.

LAMPIRAN

46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
47	4	3	4	3	4	3	3	3	4	31	3	3	4	3	3	4	4	3	3	30	
48	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33	3	4	3	3	3	3	3	3	3	28	
49	4	3	4	3	3	3	3	4	3	30	4	3	4	4	3	3	4	4	4	33	
50	4	3	4	4	4	4	3	3	4	33	3	3	2	4	3	4	3	4	4	30	
51	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	3	2	3	2	3	4	3	3	25	
52	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	
53	3	2	3	4	3	4	4	4	4	31	4	3	3	3	3	3	3	4	4	30	
54	3	4	3	3	4	4	4	3	3	31	4	4	4	3	3	3	3	3	4	31	
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28	
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	4	3	4	4	3	3	3	3	3	30	
57	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33	4	3	3	3	4	3	3	4	4	31	
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	4	4	4	4	2	4	4	4	2	32	
59	2	3	2	3	3	4	3	2	2	24	4	3	2	4	4	2	2	3	3	27	
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
61	4	3	3	3	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
62	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	4	4	4	3	3	4	4	4	3	33	
63	4	2	3	4	3	3	3	4	4	30	3	4	2	3	2	4	3	3	4	28	
64	3	4	4	4	4	3	3	4	4	33	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26	
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
66	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30	4	3	4	4	4	3	4	3	4	33	
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
70	3	3	3	3	3	3	3	4	3	28	3	3	4	4	4	3	3	3	3	30	
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
72	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
73	3	3	4	3	3	4	4	4	2	30	2	3	4	4	2	3	4	2	4	28	
74	3	3	3	3	3	3	3	4	3	28	4	3	4	4	4	3	3	3	4	32	
75	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
76	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34	3	4	4	4	3	3	3	3	4	31	
77	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
78	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
79	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
80	3	3	3	4	3	3	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
81	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
87	3	2	3	2	3	4	2	3	2	24	3	4	2	2	3	4	2	3	2	25	
88	3	4	2	2	3	4	3	2	2	25	3	2	2	3	2	3	4	3	2	24	
89	3	4	3	2	3	3	4	3	3	28	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	
90	3	4	3	3	3	4	2	3	2	27	4	3	2	3	3	2	2	3	3	25	
91	3	3	4	3	4	3	3	4	3	30	4	3	3	3	3	3	3	3	2	27	
92	4	3	3	2	4	3	4	3	3	29	2	3	4	4	4	3	3	4	4	31	
93	3	4	3	2	3	4	4	4	4	31	2	2	3	3	3	2	2	2	2	21	

94	4	2	4	3	3	3	2	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
95	4	3	3	4	3	3	3	3	2	28	2	2	3	2	2	2	2	2	2	19
96	4	3	3	3	3	2	4	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
97	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
98	3	2	3	4	3	3	3	2	3	26	4	4	3	3	4	3	4	3	3	31
99	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	3	2	3	4	3	2	3	3	3	26
100	2	4	4	3	3	3	2	2	2	25	3	3	3	3	2	2	2	2	2	22

Lampiran 2. Surat Penelitian



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

Jl. Leksda Adisucipto Km 6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampita.ac.id Email : info@ampita.ac.id, ampita@yahoo.co.id

Nomor : 347/Q.AMPTA/II/2023
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

27 Februari 2023

Yth. Pengelola Desa Wisata Ledok Sambi
Jalan Kaliurang Km. 19, Kecamatan Pakem
Kabupaten Sleman


Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Desa Wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 01 Maret 2023 sampai dengan tanggal 30 Maret 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Fifi Randika
No. Induk Mahasiswa : 519101187
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :
Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Desa Wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman (proposol penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Dengan Hormat kami,

Drs. Prihatno, M.M.

Lampiran 3. Surat Balasan Penelitian



LEDOK SAMBI

Jalan Kaliurang KM. 19.2, Area Sawah, Pakembinangun,
Pakem, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
Email ledoksambi@gmail.com
facebook: Ledok Sambi, twitter: @ledoksambi, Ig: Ledok Sambi
youtube: ledok sambi

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Yetti Lutiyan
Jabatan : Pengelola Desa Wisata Ledok Sambi

Menerangkan bahwa:

Nama : Fifi Randika
NIM : 519101187
Program Studi : SI Pariwisata
Universitas : Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Yang bersangkutan telah melakukan pengambilan data di Desa Wisata Ledok Sambi guna mendukung penelitian yang telah dilaksanakan dari tanggal 01 Maret 2023 sampai dengan 30 Maret 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sleman, 13 April 2023

Yetti Lutiyan
Pengelola

Lampiran 4. Dokumentasi



Lampiran 5. Kuesioner Penelitian

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara(i)

Perkenalkan saya Fifi Randika mahasiswi Jurusan Pariwisata STP AMPTA Yogyakarta, saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) dengan judul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Destinasi Wisata Ledok Sambu, Kabupaten Sleman”. Dengan ini memohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner yang telah saya sediakan.. Data yang anda berikan akan menjadi rahasia dan hanya diperlukan sebagai kebutuhan tugas akhir (skripsi).

Terimakasih telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang telah saya berikan.

Catatan: berikan tanda cek (√) pada pilihan yang dianggap tepat dan mewakili.

Data Responden

1. Nama Responden :
2. Asal Daerah : Yogyakarta Luar Yogyakarta
3. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Usia :
 15-20th 21-30th 31-40th > 40th
5. Pekerjaan :
 Pelajar/Mahasiswa Wiraswasta
 PNS/TNI/Polri Swasta
6. Sudah berapa kali anda mengunjungi Desa Wisata Ledok Sambu?
 1 kali
 2 kali
 Lebih dari 2 kali

1. Electronic Word of Mouth (X)

No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
			4	3	2	1
1.	<i>Intensity</i>	Saya sering mendapatkan informasi mengenai Destinasi Wisata Ledok Sambi melalui Instagram.				
		Saya lebih sering mendapatkan informasi Destinasi Wisata Ledok Sambi dibandingkan destinasi wisata lainnya.				
		Saya membicarakan tentang Destinasi Wisata Ledok Sambi di Instagram.				
2.	<i>Valence of Opinion</i>	Saya mendapat rekomendasi mengenai Destinasi Wisata Ledok Sambi melalui Instagram.				
		Saya merasakan kesenangan orang lain yang berkomentar positif mengenai Destinasi Wisata Ledok Sambi di Instagram.				
		Saya mendapat informasi atau komentar yang positif mengenai Destinasi Wisata Ledok Sambi di Instagram.				
3.	<i>Content</i>	Saya mendapat informasi mengenai pilihan produk paket wisata dan kualitas pelayanan Destinasi Wisata Ledok Sambi melalui Instagram.				
		Saya mendapat informasi mengenai harga Destinasi Wisata Ledok Sambi melalui Instagram.				
		Saya mendapat informasi kekinian mengenai kegiatan di Destinasi Wisata Ledok Sambi melalui Instagram.				

2. Minat Berkunjung (Y)

No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
			4	3	2	1
1.	Minat Pribadi	Saya mengunjungi Destinasi Wisata Ledok Sambi untuk mencari kesenangan.				
		Saya berkunjung ke Destinasi Wisata Ledok Sambi karena rasa penasaran.				
		Saya mengunjungi Destinasi Wisata Ledok Sambi untuk menikmati suasana karena bosan dengan rutinitas sehari-hari.				
2.	Minat Situasi	Jika ada waktu luang saya ingin berkunjung kembali ke Destinasi Wisata Ledok Sambi.				
		Saya mengunjungi Destinasi Wisata Ledok Sambi untuk melakukan kegiatan swafoto agar dapat diupload di media sosial.				
		Saya berkunjung di Destinasi Wisata Ledok Sambi karena ingin mendapat pengalaman dan pengetahuan baru.				
3.	Minat dalam Ciri Psikologis	Saya berkunjung ke Destinasi Wisata Ledok Sambi karena ingin mengetahui aktivitas wisata.				
		Saya memilih berkunjung ke Destinasi Wisata Ledok Sambi karena aksesnya mudah.				
		Saya mendapat informasi dari media sosial mengenai Destinasi Wisata Ledok Sambi dan tertarik mengunjunginya.				

Lampiran 6. Lembar Bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA: Fifi Pandika
 NO. MAHASISWA : 519101181
 JUDUL PENELITIAN : Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Pemasaran EVOM. Terhadap Wisata Berkekuatan Wicakawawan ke Desa Wisata Leleok Sambi

NAMA PEMBIMBING I: Namy Hermawan

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	17/2/23	Perbaikan Latar belakang 1. Alur $\gamma \rightarrow ke X$ 2. Perbanyak referensi atau rujukan. Jata	<i>[Signature]</i>
2	19/2/23	Kutipan pustaka diperbaiki Minimal setiap konsep terdapat 3 definisi Ahli dan proposisi - Proposisi	<i>[Signature]</i>
3	19/2/23	Perbaikan Latar belakang diperbaiki kembali - kerangka pemikiran ditambahkan! - Perbaiki konsep dan	<i>[Signature]</i>

NAMA PEMBIMBING II: Hendy Anwar

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	23/2/23	Berkuliah beberapa kali Penulisan atau jamakan	<i>[Signature]</i>
2	25/2/23	Tambah tranfaci Praktikum Ace	<i>[Signature]</i>
3	19/5/23	Berkuliah Cara Penulisan Alam baru di buku konsist dan bahasi Survei belajar	<i>[Signature]</i>
4	23/5/23	Siapa disarikan seluruhnya	<i>[Signature]</i>
5	29/5/23	Ditutup	<i>[Signature]</i>

