

SKRIPSI
PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DI OBELIX HILLS YOGYAKARTA



OLEH
PIA MAYESTI GULO
NIM 519101085

PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2023

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) DI MEDIA

SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN

WISATAWAN DI OBELIX HILLS YOGYAKARTA



Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Pariwisata Di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

OLEH

PIA MAYESTI GULO

NIM 519101085

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DI OBELIX HILLS YOGYAKARTA



OLEH

PIA MAYESTI GULO

NIM 519101085

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

R.M. Nikasius Jonet S., Sos., M.Si
NIDN. 0518117401

Pembimbing II

Agus Wibowo S.B.S., S.Sos., S.ST., M.M
NIDN. 0502076701

Mengetahui
Ketua Program Studi

Arif Dwi Saputra, S.S., M.M
NIDN. 0523047001

BERITA ACARA UJIAN
PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DI OBELIX HILLS YOGYAKARTA
SKRIPSI



OLEH
PIA MAYESTI GULO
NIM 519101085
Telah dipertahankan di depan tim penguji
dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal 27 Juni 2023

TIM PENGUJI

PENGUJI UTAMA : Dr. Santosa, M.M
NIDN. 0519045901

PENGUJI I : R.M Nikasius Jonet S., Sos., M.Si
NIDN : 0518117401

PENGUJI II : Agus Wibowo S.B.S., S.Sos., S.ST., M.M :.....
NIDN : 0502076701

Mengetahui,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihanto, M.M
NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Pia Mayesti Gulo
NIM : 519101085
Program Studi : Strata I Pariwisata
Judul : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* di
Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan
Di Obelix Hills Yogyakarta.

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Di Obelix Hills Yogyakarta” disusun berdasarkan hasil penelitian saya dengan arahan dosen pembimbing. Sumber informasi atau kutipan yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar program sejenis.

Yogyakarta, Juni 2023



Pia Mayesti Gulo

HALAMAN MOTTO

“Memulainya Dalam Nama Tuhan Yesus, maka Menyelesaikannya dengan Puji Tuhan”

“Kuatkan dan teguhkanlah hatimu, janganlah takut dan jangan gemetar karena mereka, sebab TUHAN, Allahmu, Dialah yang berjalan menyertai engkau ; Ia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau.”

Ulangan 31 : 6

“Jangan Lari! Setiap Jatuh, Bangkit ! Kejar ! Selesaikan!”

“Orang lain gak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tau hanya bagian *succes storiesnya*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini”.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang tak henti-hentinya memberikan goresan tinta dalam perjalanan maupun proses yang telah terlalui, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini :

1. Rasa syukur dan terimakasih yang sangat besar kepada Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah dan selalu menguatkan saya hingga sampai saat ini masih diberikan kepercayaan untuk menikmati berkat kasih-Nya yang sangat luar biasa dalam hidup saya.
2. Terimakasih yang sangat mendalam untuk kedua orang tua yang sangat luar biasa istimewa di hidup saya. Untuk Almarhum Papa (Yasokhi Gulo) yang udah 14 tahun kembali ke sang pencipta yang saya harap dia bisa hadir di momen penting ini. Untuk Mama (Yuslina Zalukhu) yang sangat kuat, terimakasih untuk setiap pengorbanan dan kasih sayang yang tak terhitung banyaknya. Berkat iringan doa yang sangat luar biasa dari Mama saya bisa menyelesaikan tugas dan tanggung jawab di masa perkuliahan. Semoga diberikan kesehatan, umur yang panjang dan berkat yang berlimpah dari Tuhan.
3. Untuk Kakak Saya Yasinta Kharisna Gulo dan Yohanes Natalman Gulo yang selalu memberikan dukungan semangat di setiap proses yang dilalui selama menyelesaikan skripsi ini. Semoga kelak kita bisa sukses dan membahagiakan Mama dan menjadi berkat untuk orang lain.

4. Untuk Keluarga besar Paman A(+)/I. Rini Zalukhu yang selalu banyak membantu dalam proses penyelesaian perkuliahan ini. Terlebih Untuk Almarhum Paman yang beberapa bulan yang lalu telah kembali ke sang pencipta yang saya harap bisa datang ke wisuda saya sebagai pengganti Papa, namun takdir berkata lain. Terimakasih untuk semua kasih sayangmu yang engkau berikan sedari kecil hingga disaat akhir kehidupanmu.
5. Untuk pemilik NIM 519101070 yang selalu setia mendengarkan keluh kesah dan menjadi partner untuk bertukar pikiran serta selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk Alfatika Devia terimakasih banyak sudah mau meluangkan waktu untuk bertukar pikiran, membantu banyak hal dalam penyelesaian skripsi ini. Dan untuk Wafiq terimakasih sudah menemani di tempat penelitian.
7. Untuk teman kost dan teman kelas (Vrisca, Dwi, Lia, Ocha, Yanti, Agnes). Terimakasih selalu membantu, memberikan semangat tanpa henti dan selalu menghibur. Semoga kita tidak saling melupakan satu sama lain, dan tetap semangat untuk proses selanjutnya.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “ Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Di Obelix Hills Yogyakarta”. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata-1 pada Program Studi Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas terwujudnya skripsi ini.

1. Bapak R.M. Nikasius Jonet S., Sos., M.Si selaku dosen pembimbing I yang dengan sabar memberikan bimbingan dan bijaksana dalam memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Agus Wibowo S.B.S., S.Sos., S.ST., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan pengarahan pada penulisan skripsi ini.
3. Dr. Santosa, M.M Selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan peneliti menjadi Mahasiswi AMPTA.

5. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M selaku ketua program studi Pariwisata yang telah dengan sabar dan bijaksana serta baik hati dalam memberikan pengarahan sebaik mungkin sehingga dapat mengarahkan Mahasiswa/i AMPTA ini menjadi insan yang bertanggung jawab dan memiliki rasa dedikasi tinggi dalam industri Pariwisata ini.
6. Management Obelix Hills yang telah berkenan memberikan izin untuk melakukan penelitian, mengambil dokumentasi, dan memberikan bantuan dalam mendapatkan data-data yang dibutuhkan.
7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi mengisi kuesioner penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, semua karena keterbatasan pengetahuan dan juga pengalaman. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya. Kritik dan Saran dapat disampaikan ke email penulis (vestigulo@gmail.com).

Yogyakarta, Juni 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| BERITA ACARA UJIAN..... | iii |
| SURAT PENYATAAN | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| ABSTRAK | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 3 |
| C. Batasan Masalah | 4 |
| D. Tujuan Penelitian | 4 |
| E. Manfaat Penelitian | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Teorisasi..... | 5 |
| 1. Pariwisata | 5 |

| | |
|--|----|
| 2. Instagram..... | 7 |
| 3. Minat Kunjungan..... | 10 |
| 4. <i>Electronic Word of Mouth</i> | 12 |
| B. Penelitian Terdahulu | 16 |
| C. Kerangka Berpikir..... | 18 |
| D. Hipotesis Penelitian | 19 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| A. Jenis Penelitian..... | 20 |
| B. Subjek dan Obyek Penelitian | 20 |
| C. Lokasi dan Waktu Penelitian | 20 |
| D. Populasi dan Sampel | 21 |
| E. Variabel Penelitian..... | 23 |
| 1. Variabel Penelitian | 23 |
| 2. Defenisi Konseptual | 23 |
| 3. Defenisi Operasional | 24 |
| F. Metode Pengumpulan Data..... | 28 |
| 1. Jenis Instrumen..... | 28 |
| 2. Uji Kelayakan Instrumen | 29 |
| G. Metode Analisis Data..... | 32 |
| 1. Uji Asumsi Klasik | 32 |
| 2. Uji Hipotesis..... | 32 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum..... | 36 |
| 1. Profil Obelix Hills Yogyakarta | 36 |
| 2. Profil Akun @obelixhills | 43 |
| B. Karakteristik Data Penelitian | 46 |
| C. Hasil Uji Instrumen..... | 51 |
| D. Hasil Analisis Deskriptif..... | 53 |
| E. Hasil Uji Kelayakan Variabel | 67 |
| F. Hasil Penelitian | 69 |
| 1. Uji Regresi Linear Sederhana | 69 |
| 2. Uji t | 70 |
| 3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 72 |
| G. Pembahasan..... | 73 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 76 |
| B. Saran | 77 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel..... | 27 |
| Tabel 4.1 Data Jumlah Responden Berdasarkan Usia | 47 |
| Tabel 4.2 Data Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 47 |
| Tabel 4.3 Data Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 48 |
| Tabel 4.4 Data Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan | 49 |
| Tabel 4.5 Data Jumlah Responden Berdasarkan Asal Daerah | 49 |
| Tabel 4.6 Data Jumlah Responden Berdasarkan Informasi terkait Obelix Hills ... | 50 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas..... | 51 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas pada Indikator EWOM | 52 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas pada Indikator Minat Kunjungan | 53 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden Variabel X (EWOM) | 54 |
| Tabel 4.11 Tanggapan Responden Variabel X | 55 |
| Tabel 4.12 Tanggapan Responden Variabel X | 56 |
| Tabel 4.13 Tanggapan Responden Variabel X | 57 |
| Tabel 4.14 Tanggapan Responden Variabel X | 58 |
| Tabel 4.15 Tanggapan Responden Variabel X | 59 |
| Tabel 4.16 Tanggapan Responden Variabel X | 59 |
| Tabel 4.17 Tanggapan Responden Variabel X | 60 |
| Tabel 4.18 Tanggapan Responden Variabel Y (Minat Kunjungan) | 61 |
| Tabel 4.19 Tanggapan Responden Variabel Y | 62 |
| Tabel 4.20 Tanggapan Responden Variabel Y | 63 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4.21 Tanggapan Responden Variabel Y | 64 |
| Tabel 4.22 Tanggapan Responden Variabel Y | 65 |
| Tabel 4.23 Tanggapan Responden Variabel Y | 66 |
| Tabel 4.24 Tanggapan Responden Variabel Y | 66 |
| Tabel 4.25 Hasil Uji Normalitas | 68 |
| Tabel 4.26 Hasil Uji Linearitas | 69 |
| Tabel 4.27 Hasil Uji Regresi Sederhana | 70 |
| Tabel 4.28 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 72 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 19 |
| Gambar 4.1 Pemandangan Obelix Hills..... | 36 |
| Gambar 4.2 Poster Informasi Tiket Masuk Obelix Hills | 37 |
| Gambar 4.3 <i>The White Tent & Restaurant</i> “Pulen Kopi Ponti” | 39 |
| Gambar 4.4 Spot Ayunan “ <i>The Wigs</i> ” | 39 |
| Gambar 4.5 Spot <i>Eagle Nest</i> | 40 |
| Gambar 4.6 <i>Rock Bar & Sky Walk at Rock Bar</i> | 41 |
| Gambar 4.7 Spot <i>Casa Mexiacana</i> | 41 |
| Gambar 4.8 <i>Mushola On The Rock</i> | 42 |
| Gambar 4.9 Toko <i>Souvenir</i> | 43 |
| Gambar 4.10 Profil dan <i>Feed</i> akun Instagram @obelixhills..... | 44 |
| Gambar 4.11 Salah satu Unggahan Wisatawan | 45 |
| Gambar 4. 12 Kolom komentar postingan Instagram @obelixhills..... | 46 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian

Lampiran II Surat Pengantar Penelitian

Lampiran III Lembar Bimbingan

Lampiran IV Hasil Tabulasi Data Responden

Lampiran V Hasil Uji Validitas X

Lampiran VI Hasil Uji Validitas Y

Lampiran VIII Tabel Reliabilitas X & Y

Lampiran VIII Hasil Uji t

Lampiran IX Hasil Uji Koefisien Determinasi

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* di media sosial Instagram terhadap minat kunjungan wisatawan di Obelix Hills Yogyakarta. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan observasi terhadap lokasi penelitian, membagikan angket atau kuesioner kepada para pengunjung atau *followers* Instagram @obelixhills, dan melakukan dokumentasi. Adapun metode analisis yang digunakan peneliti yaitu analisis regresi linear sederhana yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji t, dan uji koefisiensi determinasi (r^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *electronic word of mouth* di media sosial Instagram terhadap minat kunjungan wisatawan di Obelix Hills. Hal ini dibuktikan dengan hasil $t_{hitung} 12,117 > t_{tabel} 1,660$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$. Kemudian pada uji koefisiensi determinasi (*adjusted R square*) memiliki nilai 0,596 atau 59,6%. Hal ini diartikan bahwa sebanyak 59,6% *electronic word of mouth* berkontribusi terhadap kunjungan wisatawan.

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, Kunjungan Wisatawan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of electronic word of mouth on Instagram social media on the interest of tourists visiting Obelix Hills Yogyakarta. This type of research uses a quantitative approach with a sample of 100 respondents. Researchers collected data by observing the research location, distributing questionnaires or questionnaires to visitors or followers Instagram @obelixhills, and do documentation. The analytical method used by researchers is simple linear regression analysis consisting of validity test, reliability test, t test, and coefficient of determination test (r^2).

The results of the research show that there is an influence of electronic word of mouth on Instagram social media on the interest of tourists visiting Obelix Hills. This is proven by the $t_{count} 12,117 > t_{table} 1.660$ with level significance $0.000 < 0.005$. Then in the coefficient of determination test (adjusted R square) has a value of 0.596 or 59.6%. This means that as much as 59.6% electronic word of mouth contribute to tourist visits.

Keywords :Electronic Word of Mouth, Tourist Visits.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia telah mengalami perkembangan yang cukup pesat dan menjadi industri penggerak bagi sektor industri yang lainnya. Perkembangan secara pesat tersebut dapat dilihat dari semakin meningkatnya pertumbuhan perekonomian di Indonesia yang membaik. Setiap daerah di Indonesia memiliki atraksi yang mampu menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung. Adapun daerah yang sangat diminati oleh wisatawan adalah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) tidak hanya dikenal sebagai kota perjuangan, kota pendidikan, kota budaya dan kota wisata. Sektor pariwisata menjadi salah satu penyumbang terbesar untuk pembangunan dan perekonomian di DIY. Terhitung pada tahun 2020 jumlah daya tarik wisata di DIY sebanyak 191 Daya Tarik Wisata (DTW) yang meliputi daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, daya tarik wisata buatan (Dinas Pariwisata DIY, 2020). Daya tarik wisata buatan merupakan atraksi buatan manusia yang dirancang untuk tujuan wisata rekreasi dan hiburan. Terdapat beberapa daya tarik wisata buatan yang berada di DIY yang menarik minat kunjungan wisatawan diantaranya yaitu Obelix Hills Yogyakarta.

Obelix Hills merupakan atraksi buatan yang menawarkan keindahan panorama alam perbukitan. Kawasan ini mayoritas dikunjungi oleh kelompok wisatawan milenial yang menggunakan media sosial Instagram dan memiliki kecenderungan untuk berswafoto. Adanya perilaku kelompok wisatawan tersebut, akan mendorong para calon wisatawan lain untuk mencari informasi melalui Instagram. Oleh karena itu, media Instagram menjadi sarana yang efektif dalam penyebaran informasi. Hingga menawarkan komunikasi yang interaktif antar sesama pengguna Instagram di kolom komentar postingan akun @obelixhills, hal ini disebut dengan *Electronic Word of Mouth*.

Electronic Word of Mouth merujuk pada proses konsumen berbagi informasi, pendapat, dan pengalaman tentang suatu produk atau layanan melalui *platform* digital. Kehadiran *Electronic Word of Mouth*, memungkinkan calon wisatawan memiliki kecenderungan untuk mencari informasi terlebih dahulu mengenai produk atau jasa sebelum memutuskan untuk melakukan perjalanan. Adapun media sosial yang sering digunakan para calon wisatawan adalah media sosial Instagram.

Media sosial Instagram memiliki kelebihan konten yang kuat sebagai referensi bagi konsumen dalam mendapatkan informasi tentang suatu produk. Adapun kelebihan Instagram diantaranya yaitu mampu menawarkan tingkat visualisasi yang tinggi sehingga dapat dimanfaatkan sebagai alat pemasaran. Fitur-fitur seperti *feed* berbasis gambar, Instagram *stories*, Instagram *reels*, dan Instagram *television* (IGTV) yang

memungkinkan pengguna untuk berbagi konten dengan mudah dan dapat diakses oleh banyak orang. Unggahan pengguna Instagram tentang suatu objek yang sedang viral seringkali dijadikan sebuah rujukan untuk memutuskan pilihan berkunjung ke suatu destinasi wisata.

Hasil observasi sementara yang telah dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa akun instagram @obelixhills menyajikan postingan berupa foto, video beserta caption yang menarik dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada para calon wisatawan. Postingan dari akun tersebut akan mengundang para *followers* instagram untuk memberikan komentar, baik itu komentar positif maupun komentar negatif. Komentar negatif diantaranya berupa pernyataan rasa ketidakpuasan pengunjung karena harus membayar beberapa atraksi yang tersedia di luar dari harga tiket masuk. Hal tersebut berbanding terbalik dengan data kunjungan wisatawan yang selalu mengalami trend kenaikan (Management Obelix Hills, 2023). Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (EWOM) Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Obelix Hills Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimanakah pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap minat kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata Obelix Hills Yogyakarta.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, batasan masalah dalam penelitian ini yaitu terkait pengaruh media sosial instagram yang meliputi intensitas, opini, dan konten terhadap minat kunjungan yang meliputi minat eksploratif, minat preferensial, dan minat transaksional

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* di media sosial Instagram terhadap minat kunjungan wisatawan di Obelix Hills Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan dapat menambah wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya bagi akademisi yang ingin menganalisis tentang pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat kunjungan wisatawan ke Obelix Hills Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran kepada pengelola mengenai pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat berkunjung ke Obelix Hills Yogyakarta.