

**PENGARUH *TOURIST REVIEWS* TERHADAP PROSES
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI PUNCAK
SOSOK, BANTUL**



Oleh

MONICA BR SEMBIRING

NO. MHS: 516100612

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2020

**PENGARUH *TOURIST REVIEWS* TERHADAP PROSES
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI PUNCAK
SOSOK, BANTUL**

SKRIPSI



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Pariwisata

Oleh

MONICA BR SEMBIRING

NO. MHS: 516100612

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *TOURIST REVIEWS* TERHADAP PROSES
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI PUNCAK
SOSOK, BANTUL**

Disusun Oleh:

Monica Br Sembiring

NIM: 516100612

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Budi Hermawan, M.M.

Nikasius Jonet Sinangjoyo, S.Sos., M.Si

NIDN.0523026601

NIDN.0518117401

Mengetahui

Ketua Jurusan

Arif Dwi Saputra, S.S., M.M

NIDN.0525047001

BERITA ACARA UJIAN

**PENGARUH *TOURIST REVIEWS* TERHADAP PROSES
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI PUNCAK
SOSOK, BANTUL**

Disusun Oleh:

MONICA BR SEMBIRING

NIM: 516100612

PROGRAM STUDI PARIWISATA

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan : Lulus

Pada Tanggal

Penguji

: Drs. Santosa, M.M

NIDN.0519045901

Pembimbing I

: Drs. Budi Hermawan, M.M.

NIDN.0523026601

Pembimbing II

: Nikasius Jonet Sinangjoyo, S.Sos.,M.Si

NIDN.0518117401

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA



(Drs. Prihatno, MM)

NIDN.0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN UJIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Monica Br Sembiring

NIM : 516100612

Program Studi : Pariwisata

Judul Skripsi : Pengaruh *Tourist Reviews* Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Puncak Sosok, Bantul

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 6 Agustus 2020



Monica Br Sembiring

MOTTO

“Tuhan akan mengangkat engkau menjadi kepala bukan ekor, engkau akan tetap naik dan bukan turun”

(Ulangan 28:13a)

“Be happy for other people’s happiness and happiness will come back to you”

(Park Chanyeol)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada saya selama penyusunan tugas akhir ini. Laporan skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Untuk Bapak dan Mamak yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan, semangat serta selalu membawa saya didalam doa. Doa terbaik yang mereka berikan kepada saya selama menyelesaikan skripsi ini serta harapan untuk masa depan saya.
2. Keluarga besar saya Bolang, Biring, Mama, Mami dan adik-adik saya, yang sudah memberikan dukungan dan doa selama saya berada pada pergumulan skripsi ini.
3. Untuk Dosen Program Studi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang sudah memberikan bimbingan, arahan dan pembekalan selama saya melakukan penulisan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Untuk Bapak Rudy selaku ketua POKDARWIS Jabalkelon yang mengelola Puncak Sosok, terimakasih atas bantuan serta bimbingannya selama saya melaksanakan penelitian di lapangan.
5. Teruntuk diri saya sendiri, terimakasih karna sudah berjuang sejauh ini dan sudah mampu melawan kemalasan disetiap proses penyelesaian skripsi ini.

6. Untuk seluruh teman-teman yang sangat berperan selama perkuliahan saya, terimakasih telah berjuang bersama dan saling mendukung satu sama lain hingga bisa sampai dititik ini.
7. Untuk teman-teman Pariwisata b 2016, terimakasih sudah saling mendukung dan saling memberikan semangat dari awal perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, atasrahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyusun skripsi ini untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh derajat Strata-1 Pariwisata pada program studi Pariwisata SekolahTinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Peneliti menyusun skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Tourist Reviews* Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan di Puncak Sosok, Bantul”

Selama mengikuti proses perkuliahan pada Prodi Pariwisata sampai dengan proses penyelesaian skripsi, peneliti telah diberikan dukungan oleh beberapa pihak yang telah menyediakan fasilitas, membantu, membina dan membimbing. Untuk itu dengan rendah hati dan rasa hormat peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M. selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Nikasius Jonet Sinangjoyo, S.Sos.,M.Si. selaku pembimbing II yang telah mendampingi dan memberikan pengarahan selama proses penyelesaian skripsi.
3. Bapak Drs. 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 Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M. selaku Ketua Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah banyak membekali peneliti dengan berbagai ilmu pengetahuan selama kuliah dan membantu peneliti dalam mempersiapkan penyusunan Skripsi dari awal hingga akhir.
7. Seluruh anggota POKDARWIS Jabalkelon yang mengelola Puncak Sosok yang telah memberikan izin serta bimbingan saat pelaksanaan penelitian di Puncak Sosok.
8. Seluruh responden yang telah berperan dan rela dalam meluangkan waktu untuk membantu kelancaran penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati peneliti meminta maaf atas kesalahan dan kekurangan dalam penelitian ini. Peneliti sangat berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang yang membacanya.

Demikian yang dapat peneliti sampaikan. Akhir kata peneliti ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, Agustus 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
LAMPIRAN.....	xvi
ABSRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
A. Batasan Masalah.....	7
B. Rumusan Masalah	7

C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Pariwisata	9
2. <i>Online Customer Review</i>	9
3. Keputusan Berkunjung.....	14
B. Kerangka Pemikiran.....	16
C. Penelitian Terdahulu	17
D. Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Lokasi Penelitian.....	21
C. Populasi dan Sampel	22
D. Variabel dan Indikator.....	24
E. Metode Pengumpulan Data	26
1. Jenis Instrumen Penelitian.....	26
2. Uji Kelayakan Instrumen	29
3. Uji Kelayakan Variabel.....	32

F. Metode Analisis Data	33
1. Uji Regresi Linier Berganda	33
2. Uji T	34
3. Uji F	34
4. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Deskripsi Objek Penelitian	38
B. Distribusi Frekuensi	47
1. Deskripsi Kuesioner penelitian	47
2. Data Responden	47
3. Data Persentase Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Tourist</i> <i>Revie</i>	53
4. Tanggapan Responden tentang Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Puncak Sosok.....	59
C. Uji Kelayakan Instrumen	63
D. Uji Kelayakan Variabel.....	65
E. Hasil Analisis Data.....	66
1. Uji Regresi Linier Berganda	66
2. Uji T	68
3. Uji F	69
4. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	70
F. Pembahasan.....	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	80
C. Daftar Pustaka	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Puncak Sosok Tahun 2019	5
Tabel 3.1 Operasional Variabel	25
Tabel 4.1 Jumlah Kunjungan Puncak Sosok Tahun 2019	38
Tabel 4.2 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Daerah Asal	41
Tabel 4.3 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.4 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.5 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
Tabel 4.6 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi	45
Tabel 4.7 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Pencarian Lanjutan	46
Tabel 4.8 Tanggapan Responden pada Indikator Kepercayaan	47
Tabel 4.9 Tanggapan Responden pada Indikator Keahlian Sumber	48
Tabel 4.10 Tanggapan Responden pada Indikator Pengalaman dalam Memberikan Informasi.....	49
Tabel 4.11 Tanggapan Responden pada Indikator Kualitas Ulasan yang Menghasilkan <i>Image Positif</i>	50
Tabel 4.12 Tanggapan Responden pada Indikator Informasi yang <i>up to date</i>	51
Tabel 4.13 Tanggapan Responden pada Indikator Kelengkapan Informasi.....	52
Tabel 4.14 Tanggapan Responden pada Indikator Perhatian.....	53
Tabel 4.15 Tanggapan Responden pada Indikator Ketertarikan	54
Tabel 4.16 Tanggapan Responden pada Indikator Keinginan Melakukan Perjalanan.....	55

Tabel 4.17 Tanggapan Responden pada Indikator Melakukan Keputusan Berkunjung.....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Dimensi Kredibilitas Sumber.....	57
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Dimensi Kualitas Argumen.....	57
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel Proses Keputusan Berkunjung	58
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.22 Hasil Uji one-Sample Kolmogorv-Smirnov Test.....	59
Tabel 4.23 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.25 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4.26 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.25 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 4.1 Foto Bersama Ketua Pokdarwis Jabalkelon.....	40
Gambar 4.2 Atraksi Pemandangan Puncak Sosok.....	41
Gambar 4.3 Atraksi Tambahan Puncak Sosok.....	41
Gambar 4.4 Atraksi Matahari Terbenam Puncak Sosok.....	42
Gambar 4.5 Atraksi Live Streaming Puncak Sosok.....	42
Gambar 4.6 Tempat Sampah Puncak Sosok.....	43
Gambar 4.7 Toilet Puncak Sosok.....	44
Gambar 4.8 Tempat Pertemuan Sosok.....	44
Gambar 4.9 Mushola Sosok.....	45
Gambar 4.10 Lokasi Parkir Puncak Sosok.....	45
Gambar 4.11 Tempat Cuci Tangan Puncak Sosok.....	46
Gambar 4.12 Taman Kuliner Puncak Sosok.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian

Lampiran 2 Surat Keterangan Selesai Penelitian

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Tabulasi Data

Lampiran 5 Hasil Uji Kelayakan Instrumen

Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas dan Hasil Uji T

Lampiran 7 Lembar Bimbingan

Lampiran 8 Dokumentasi Pribadi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh *tourist reviews* terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan di Puncak Sosok, Bantul. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang dilakukan kepada 100 responden, dengan kriteria wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Puncak Sosok, pengguna *google maps* serta mengerti akan fitur ulasan/*review* pada *google maps*.

Jenis instrumen pada penelitian yaitu dengan melakukan observasi, mengambil dokumentasi, penyebaran kuesioner, serta wawancara. Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan Uji T, Uji F dan Koefisien Determinasi (R^2) untuk melihat variabel X yang lebih dominan, pengaruh variabel X secara simultan dan seberapa besar pengaruh *tourist reviews* terhadap proses keputusan berkunjung. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu *tourist reviews* (X) dengan dimensi kredibilitas sumber dan kualitas argumen, dan variabel dependen yaitu proses keputusan berkunjung wisatawan (Y).

Hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan kualitas argumen memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan di Puncak Sosok, dengan nilai t hitung sebesar 6.086. Selanjutnya hasil uji F memperoleh nilai f hitung sebesar 31.892 yang berarti bahwa *tourist reviews* berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan secara simultan. Hasil uji R^2 memiliki hasil 0.384 yang artinya *tourist reviews* berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung sebesar 38.4%.

Kata Kunci: Tourist Reviews, Proses Keputusan Berkunjung, Puncak Sosok Bantul

ABSTRACT

This study aims to see how the influence of tourist reviews on the tourist decision-making process in Puncak Sosok, Bantul. This research uses quantitative research methods conducted on 100 respondents, with the criteria of tourists who have visited Puncak Sosok, google maps users and understand the review feature on google maps.

The type of instrument in this research is by making observations, taking documentation, distributing questionnaires, and interviews. The analysis technique used is the T test, F test and the coefficient of determination (R2) to see which X variable is more dominant and how much influence of tourist reviews have on the visiting decision process. This study uses independent variables, namely tourist reviews (X) with the dimensions of source credibility and quality of arguments, and the dependent variable is the decision process to visit (Y).

The results of the t-test showed that the quality of the argument has the most dominant influence on the tourists decision process to visit Puncak Sosok, with a t-count value of 6,086. And than, the results of the F test showed that f value is 31,892, which means that tourist reviews affect the tourists decision process to visit simultaneously. R2 test showed the results is 0.384, which means that tourist reviews have an efect of 38.4% on the tourist decusion process to visit Puncak Sosok.

Keywords: Tourist Reviews, Visit Decision Process, Puncak Figure Bantul

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

DI Yogyakarta memiliki potensi pariwisata yang beraneka ragam, mulai dari wisata alam, budaya, dan buatan. Seiring berjalannya waktu, Yogyakarta terus menyediakan tempat wisata yang mampu menarik dan memenuhi kebutuhan wisatawan. Hal itu dapat dilihat dari munculnya wisata baru di Yogyakarta. Dengan munculnya daya tarik wisata baru tersebut, diharapkan mampu meningkatkan dan memenuhi target jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Salah satu kabupaten yang memiliki potensi wisata yang tinggi adalah Kabupaten Bantul.

Kabupaten Bantul sebagai kawasan wisata memiliki visi untuk menciptakan Bantul sebagai destinasi utama yang bernuansa harmoni alam untuk kesejahteraan masyarakat. Diikuti dengan misi untuk mengembangkan pariwisata yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat, meningkatkan profesionalisme pelayanan pariwisata, dan mengembangkan pemasaran pariwisata untuk meningkatkan kunjungan dan lama tinggal wisatawan. Dalam upaya memenuhi target tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif membentuk program prioritas yang salah satu diantaranya adalah *digital tourism*.

Digital tourism dapat diartikan sebagai pemanfaatan sarana internet dengan berbagai media yang dekat dengan masyarakat seperti jejaring sosial

(PariwisataSUMUT.Net. 20 Januari 2020). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengungkapkan bahwa “generasi milenial wajib menguasai pasar, baik pasar saat ini atau pasar masa depan. Selain itu generasi milenial juga harus *open minded* dengan digital karena kuncinya *the more digital, the more global*, sehingga dituntut lebih interaktif, *mobile*, dan personal” (Kemenpar.go.id. 29 Januari 2020). Pemanfaatan digital menjadi upaya pemerintah menyesuaikan kondisi pasar yang sudah berubah, membaca dari generasi milenial yang sudah cukup terbiasa dengan kemajuan teknologi informasi, khususnya internet.

Penggunaan internet berdampak pada cara wisatawan berkunjung ke suatu destinasi. Sebelum mengunjungi suatu destinasi, wisatawan biasanya menggunakan internet sebagai media untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya, melihat foto, video bahkan komentar. Setelah mencari informasi, wisatawan tersebut kemudian akan memilih untuk melakukan kunjungan atau tidak. Penelitian yang dilakukan Bataineh (2015) memiliki temuan bahwa calon pengunjung yang bertindak sebagai penerima informasi akan lebih mudah mempercayai sumber informasi yang memiliki kredibilitas tinggi, kualitas informasi yang bagus dan memiliki kuantitas yang akurat melalui jejaring sosial akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian calon pengunjung. Adapun media jejaring sosial yang memberikan informasi dan menerima informasi adalah *Google Maps*.

Google maps merupakan salah satu layanan yang dimiliki oleh *google* yang menyediakan layanan berbasis peta dan mudah dalam

penggunaannya. *Google maps* yang digunakan sebagai media pemasaran *online* diketahui cukup berdampak positif. Dengan menggunakan *google maps*, pengguna dapat dengan mudah mencari suatu lokasi serta dapat melakukan penelusuran navigasi menuju lokasi yang diinginkan. Selain itu, *google maps* juga menyediakan informasi berupa ulasan dan rating dari pengunjung yang sudah pernah berkunjung untuk memberikan cerita tentang pengalamannya di suatu tempat tertentu. Informasi ini diharapkan dapat berguna bagi calon pengunjung yang sedang mencari informasi tentang tempat tertentu. Informasi yang dimaksud dalam media *google maps* ini disebut sebagai *online customer reviews*.

Online customer reviews (OCRs) adalah salah satu bentuk *word of mouth communication* pada penjualan *online* (Filiery, 2014). *Electronic word of mouth* (e-WOM) dan *Word of mouth* (WoM) merupakan teori pemasaran yang sama, namun e-WOM lebih fokus kepada pemasaran media *online* dan WoM media *offline*. Penelitian yang dilakukan oleh Mo, *et al.* (2015) menemukan *online reviews* merupakan ulasan yang diberikan oleh konsumen terkait dengan informasi dari evaluasi suatu produk tentang berbagai macam aspek, dengan adanya informasi ini konsumen bisa mendapatkan kualitas dari produk yang dicari dari ulasan dan pengalaman yang ditulis oleh konsumen yang telah membeli produk dari penjual *online*.

Pelanggan atau pengunjung disebut sebagai wisatawan atau *tourist* dalam industri pariwisata. Pada penelitian ini, peneliti menyebutkan *customer review* sebagai *tourist review*, atau lebih dikenal sebagai ulasan

wisatawan. Seorang yang ingin berkunjung biasanya selalu mencari informasi secara *online* sebelum berkunjung ke salah satu destinasi wisata. Kehadiran *tourist review* pada media *google map* ini memberikan ruang kebebasan pada wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke destinasi wisata untuk memberikan opini mengenai destinasi tersebut. Opini yang dimaksud berupa pengalaman yang telah dirasakan selama berada di destinasi, baik ulasan negatif atau positif yang sesuai dengan kondisi ekisting suatu destinasi. Ulasan negatif dari *tourist review* dapat menimbulkan kepercayaan calon wisatawan terhadap suatu destinasi, karena dengan begitu dapat dilihat bahwa ulasan tersebut terlihat sama seperti kondisi aslinya. Destinasi yang kini diminati wisatawan milenial berupa destinasi yang *instagramable* dan mampu memenuhi *lifestyle* milenial. Istilah *instagramable* merujuk pada foto, tempat, maupun spot menarik yang layak untuk diunggah ke media sosial khususnya Instagram. Adapun dari beberapa destinasi yang saat ini cenderung dimanfaatkan oleh wisatawan yaitu Puncak Sosok.

Puncak Sosok merupakan destinasi yang memiliki keunggulan berupa pemandangan alam perbukitan dan tempat untuk menikmati matahari terbenam atau *sunset*. Selain atraksi tersebut juga terdapat atraksi tambahan berupa *live music* untuk menambah kenyamanan wisatawan saat berada di destinasi ini. Puncak Sosok juga menjadi tempat *favorit* komunitas pesepeda gunung karena mempunyai *track downhill* yang sangat memacu adrenalin. Berdasarkan observasi sementara, peneliti melihat destinasi ini

cukup menarik untuk dikunjungi, dan diketahui jumlah kunjungan wisatawan tahun 2019 adalah 157.225 wisatawan, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Puncak Sosok Tahun 2019

NO	BULAN	JUMLAH KUNJUNGAN
1	Januari	5.675
2	Februari	7.922
3	Maret	6.784
4	April	9.789
5	Mei	11.517
6	Juni	12.458
7	Juli	16.591
8	Agustus	18.489
9	September	21.721
10	Oktober	19.423
11	November	14.532
12	Desember	12.324
TOTAL		157.225

Sumber: Ketua POKDARWIS Jabalkelon Puncak Sosok

Data jumlah kunjungan wisatawan pada awal tahun 2019 menunjukkan adanya peningkatan secara berkala. Diketahui bahwa bulan Januari – September 2019, wisatawan yang berkunjung mencapai angka 21.721 wisatawan. Namun, terdapat penurunan jumlah kunjungan dari

bulan Oktober – Desember 2019. Angka kunjungan tertinggi di tahun 2019 mencapai 21.721 namun turun menjadi 12.324 wisatawan.

Jumlah *tourist reviews* melalui *google maps* mencapai 5.349 ulasan, terhitung hingga 7 Februari 2020 (*Google Maps: Puncak Sosok*). Mayoritas dari ulasan tersebut berisi tentang ulasan positif yang mendeskripsikan kondisi Puncak Sosok. Namun, masih terdapat ulasan negatif berupa keluhan wisatawan mengenai tempat ini. Keluhan tersebut berupa adanya lokasi Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Piyungan yang dekat dengan Puncak Sosok, sehingga wisatawan mengeluhkan aroma tidak sedap yang berasal dari TPA tersebut. Selain itu, adanya keterbatasan aksesibilitas karena diketahui jalan menuju lokasi ini cukup curam, tidak diaspal dan masih kurang penerangan. Selain itu juga terdapat keluhan lainnya berupa fasilitas dan kebersihan yang ada di Puncak Sosok.

Melalui data yang diperoleh, peneliti melihat bahwa ulasan di *google maps* dapat dijadikan sebagai referensi untuk mendapatkan informasi mengenai Puncak Sosok. Namun, jika dilihat dari data kunjungan, terjadi penurunan jumlah kunjungan. Sehingga peneliti ingin mengetahui pengaruh *google maps* terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan di Puncak Sosok. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang terkait dengan ulasan/*tourist reviews* yang diberikan oleh wisatawan, dan bagaimana “Pengaruh *Tourist Reviews* Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan di Puncak Sosok, Bantul”.

A. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara fokus dan tidak melebar, maka peneliti memberi batasan pada konsep *online customer reviews google maps* dan proses keputusan berkunjung wisatawan.

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh *tourist review* yang diwakili oleh dimensi kredibilitas sumber dan kualitas argumen terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan di Puncak Sosok ?
2. Dimensi *tourist review* manakah yang paling berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan di Puncak Sosok?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tourist review* yang diwakili oleh dimensi kredibilitas sumber dan kualitas argumen terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan di Puncak Sosok, Bantul.
2. Untuk mengetahui dimensi yang paling berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan di Puncak Sosok, Bantul.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan setelah adanya penelitian yang diperoleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengelola Puncak Sosok, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dan masukan atau dasar pedoman pengelola dalam pengembangan wisata dari segi pemasaran sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
2. Bagi Instusi STP AMPTA, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dan referensi untuk penelitian yang relevan di masa yang akan datang
3. Bagi peneliti, tulisan ini dapat menjadi sarana untuk mengembangkan wawasan penulis tentang produk wisata dalam hal *tourist reviews* dan keputusan berkunjung.