

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh *Tourist Reviews* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Puncak Sosok, Bantul, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel koefisien uji regresi liner berganda melalui SPSS, diperoleh nilai koefisien konstanta sebesar 2.111, nilai koefisien dimensi kredibilitas sumber sebesar 0.255, dan nilai koefisien dimensi kualitas argumen sebesar 0.831. Sehingga diperoleh persamaan regresi  $Y = 2.111 + 0.255(X1) + 0.831(X2)$ , maka nilai konstanta jika tidak ada pengaruh kredibilitas sumber dan kualitas argumen terhadap proses keputusan berkunjung, nilai dari proses
2. keputusan berkunjung sebesar 2.111. Jika terdapat nilai koefisien dari variabel independen akan menunjukkan perubahan sebanyak 1% naik turunnya tiap variabel sesuai dengan nilai yang didapatkan akan memengaruhi proses keputusan berkunjung.
3. Dimensi kredibilitas sumber dari *tourist reviews* memiliki nilai t sebesar 1.723, maka  $1.723 < 1.980$  dengan nilai signifikan  $0.088 > 0.05$ . Berdasarkan angka diatas dapat dilihat bahwa kredibilitas sumber tidak berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan berkunjung. Dimensi kualitas argumen memiliki nilai t  $6.086 > 1.980$ . Berdasarkan angka

diatas dapat dilihat bahwa kredibilitas sumber berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung dalam taraf signifikan 5%. Dari hasil analisis uji t, diketahui dimensi yang paling dominan pengaruhnya terhadap proses keputusan berkunjung adalah kualitas argumen. Hal ini dikarenakan kualitas argumen memiliki nilai t hitung paling besar positif (6.086) dibandingkan dengan variabel kredibilitas sumber. Berdasarkan hasil tersebut maka  $H_{a2}$  yang berbunyi “diduga dimensi kualitas argumen dari *tourist reviews* paling berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan di Puncak Sosok, Bantul” diterima. Berdasarkan hasil perhitungan diatas, peneliti berasumsi bahwa kualitas argumen yang berdasar pada ulasan pengunjung lain yang membentuk *image* positif, informasi yang *up to date* dan lengkap, berpengaruh paling besar terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan ke Puncak Sosok, Bantul.

4. Hasil analisis uji f yang telah dilakukan memperoleh hasil dengan nilai f hitung sebesar  $31.892 > f$  tabel 3.09 dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ . Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa dimensi kredibilitas sumber dan kualitas argumen dari *tourist reviews* berpengaruh secara simultan terhadap variabel proses keputusan berkunjung. Hasil uji f diatas membuktikan bahwa  $H_{a1}$  yang berbunyi “diduga ada pengaruh antara *tourist reviews* dengan proses keputusan berkunjung wisatawan di Puncak Sosok, Bantul” diterima. Berdasarkan hasil perhitungan diatas, peneliti berasumsi bahwa kepercayaan dan

keahlian sumber serta kualitas ulasan yang menjelaskan informasi yang lengkap, mempengaruhi proses keputusan berkunjung wisatawan secara bersama-sama.

5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) yang telah dianalisis terdapat nilai sebesar 0.384, besarnya angka tersebut sama dengan 38.4%. Sesuai dengan acuan untuk mengetahui besaran nilai korelasi antar variabel, nilai  $r^2$  (38,4%) berada pada  $0.30 \leq r < 0.50$  sehingga diketahui korelasi antar variabel dalam penelitian ini lemah. Peneliti berasumsi bahwa dengan adanya korelasi yang lemah antar variabel, disebabkan oleh tidak terdapat kebiasaan bagi calon wisatawan untuk menggunakan *google maps* sebagai media pertama dalam mencari informasi/meriview destinasi wisata, sehingga pada hasil uji ini masih belum terdapat nilai yang tinggi yang menunjukkan korelasi antar variabel. Meskipun nilai korelasi antar variabel lemah, namun angka tersebut memiliki arti bahwa *tourist review* berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan ke Puncak Sosok, Bantul sebesar 38.4%. Hasil dari uji ini menunjukkan bahwa proses keputusan berkunjung dipengaruhi oleh *tourist reviews* sebesar 38.4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

## B. SARAN

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilaksanakan dengan judul “Pengaruh *Tourist Reviews* Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan di Puncak Sosok, Bantul” yang menggunakan media *Google Maps*, maka peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan menggunakan media lain untuk menganalisis pengaruh ulasan wisatawan seperti *Twitter*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Web-site*, dll untuk penelitian kepariwisataan salah satu daerah di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian yang membuktikan bahwa kualitas argumen berpengaruh paling besar terhadap keputusan berkunjung, peneliti menyarankan kepada pihak pengelola agar mempertahankan atraksi, amenitas dan aksesibilitas yang sudah memuaskan wisatawan serta memperbaiki atraksi, amenitas dan aksesibilitas yang kurang memuaskan. Sehingga wisatawan yang berkunjung ke Puncak Sosok semakin merasa puas dan kemudian akan memberikan ulasan berkualitas yang berkemungkinan dapat mempengaruhi keputusan berkunjung calon wisatawan, agar jumlah kunjungan meningkat dan Puncak Sosok dapat semakin berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

- Arikounto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Santosa. 2018. *Statistika Hospitalitas*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

### 2. Skripsi dan Jurnal

- Auliya, *et al.*, 2017. Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *Jurnal EBBANK*: Vol 8, No 1.
- Arina Rizki. 2019. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Milenial di Kawasan Wisata Alam Pinus Pengger, Dlingo, Kabupaten Bantul. Program Studi Pariwisata STP AMPTA Yogyakarta.
- Cheung, C. M. K. dan Thadani, D. R. 2012. The Impact Of Electronic Word-Of-Mouth Communication: A Literature Analysis And Integrative Model. *Decision Support Systems*
- Damasdino, Fian. 2017. Dinamika Akses Informasi Wisatawan Antar Generasi Pada Obyek Wisata Minat Khusus di Kabupaten Bantul. *Jurnal Media Wisata*. Vol 15 No 1.
- Dzulqarnain, Iskandar. 2019. Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
- Ermansyahl, Rizki. 2015. Analisis Respon Konsumen pada Strategi Rebranding Mochimaru. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.

- Farki, Ahmad. Dan Baihaqi, Imam. 2016. Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*. Vol 5 No 2
- Filieri, R., dan McLeay, F. 2013. E-WOM and Accommodation. *Journal of Travel Research*, 53(1), 44–57
- Filieri, R., 2014. What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), pp.1261–1270.
- Gaffar, Vanessa. 2011. Pengaruh Strategi Positioning Museum Terhadap Kunjungan Wisata Edukasi di Kota Bandung. *Journal of Tourism and Hospitality Essentials: Vol 1, No 1*.
- Hasan, Ali dan Sitiyaningtiyas. 2015. Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Ngalinggeran Gunungkidul. *Jurnal Media Wisata: Vol 13, No 1*.
- Hennig-Thurau, T., et al. 2004. Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*. 18(1), 38–52.
- Maulidi, Syahrul dan Pangestuti. 2019. Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol 71, No 1*.
- Mo, Z. et al. 2015. Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8(June). pp.419–424.
- Putra, Surya Aditya dan Riorini. 2016. Pengaruh Online Reviews Terhadap Online Booking Intentions pada Online Travel Agent Lokal. *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan 2016*.
- Putri, L dan Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*.
- Sari, Syskadiana. 2019. Pengaruh Kelompok Referensi, Online Customer Review dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Generasi Milenial Natasha Skin Clinic Center). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Tambunan, Debby Laura. 2016. Pengaruh Social Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke DKI Jakarta. *Program Studi Destinasi Pariwisata STP Bandung*.
- Teng, S. et al. 2014. Examining The Antecedents Of Persuasive Ewom Messages In Social Media. *Online Information Review*.

Wahyudi, et al., 2019. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online shop. Jurnal Riset Manajemen: Vol 19, No 1.

### 3. Peraturan Pemerintah

Undang-Undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata

### 4. Internet

Badan Pusat Statistik. 2018. Jumlah Kunjungan Nusantara 2015-2018, dalam <https://www.bps.go.id/dynamic/table/2019/09/24/1645/jumlah-kunjungan-wisatawan-nusantara-2015---2018.html> diakses tanggal 26 Januari 2020.

Google maps. 2020. Ulasan/review Puncak Sosok dalam <https://www.google.co.id/maps/place/Puncak+Sosok/@-7.8716074,110.4178517,15z/data=!4m7!3m6!1s0x2e7a56ab2b3ba907:0xf5f033d78fb5804c!8m2!3d-7.8716287!4d110.4266065!9m1!1b1> diakses tanggal 7 Februari 2020.

Kementrian Komunikasi dan Informatika. 2019. Digital Tourism, Strategi Wisatawan Milenial, dalam <https://aptika.kominfo.go.id/2019/03/digital-tourism-strategi-untuk-menarik-wisatawan-milenial/> diakses tanggal 21 Januari 2020.

Kementrian Pariwisata. 2019. Siaran Pers: Menpar Bicara Digital Tourism di Seminar Nasional Pariwisata 2019, dalam <https://www.kemenpar.go.id/post/siaran-pers-menpar-bicara-digital-tourism-di-seminar-nasional-pariwisata-2019> diakses tanggal 29 Januari 2020.

# **Lampiran 1**

## **Surat Permohonan Penelitian**





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

Jl. Laksda Adisucipto 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 : 1121/Q.AMPTA/III/2020  
Hal : Permohonan Penelitian

Yogyakarta, 10 Maret 2020

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu  
Pengelola Puncak Sosok  
Kabupaten Bantul

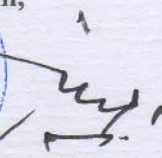
Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan melaksanakan penelitian di Puncak Sosok terhitung mulai tanggal 16 Maret 2020 sampai dengan tanggal 16 April 2020, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Strata 1 Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Monica BR Sembiring  
No Mahasiswa : 516100612  
Semester : VIII(delapan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul :  
**“PENGARUH *TOURIST REVIEWS* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI PUNCAK SOSOK BANTUL”** Proposal Penelitian akan diikutsertakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih

Hormat kami,  
Ketua  
  
Drs. Prihatno, M.M

Tembusan:  
-File



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

Jl. Laksda Adisucipto 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 : 1122/Q.AMPTA/III/2020  
Hal : Permohonan Penelitian

Yogyakarta, 10 Maret 2020

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu  
Pemerintah Desa Bawuran  
Kabupaten Bantul

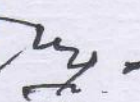
Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan melaksanakan penelitian di Puncak Sosok terhitung mulai tanggal 16 Maret 2020 sampai dengan tanggal 16 April 2020, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Strata 1 Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Monica BR Sembiring  
No Mahasiswa : 516100612  
Semester : VIII(delapan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul :  
**“PENGARUH *TOURIST REVIEWS* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI PUNCAK SOSOK BANTUL”** Proposal Penelitian akan diikutsertakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih

Hormat kami,  
Ketua  
  
Drs. Prihatno, M.M

Tembusan:  
-File

## **Lampiran 2**

### **Surat Keterangan Selesai Penelitian**



# PENGELOLA WISATA PUNCAK SOSOK

DESA BAWURAN

KECAMATAN PLERET KABUPATEN BANTUL

Alamat : Jambon RT 04, Bawuran, Pleret, Bantul, Yogyakarta | Telp : 085643149900

Nomor : 01 / PSBw / III / 2020

Bawuran, 12 Maret 2020

Hal : Pemberian Ijin Penelitian

Yth.

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Jl. Laksda Adisucipto Km 6 Yogyakarta

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat No. 1121/Q.AMPTA/III/2020 tanggal 10 Maret 2020 tentang permohonan penelitian. Pada prinsipnya kami dapat mengijinkan Mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta untuk melaksanakan penelitian pada tanggal 16 Maret hingga 16 April 2020 dengan judul " PENGARUH TOURIST REVIEWS TERHADAP PROSES KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI PUNCAK SOSOK BANTUL " atas nama :

Nama Mahasiswa : Monica BR Sembiring

NIM : 516100612

Semester : VIII

Setelah peneliian selesai diharapkan unuk memberikan 1 (satu) copy hasil penelitian sebagai arsip Wisata Puncak Sosok.

Demikian atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Ketua Pengelola  
  
RUDI HARYANTO

## **Lampiran 3**

### **Kuesioner Penelitian**

# Kuisisioner Pengaruh *Tourist Reviews* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Puncak Sosok, Bantul

Responden Yth,



Saya Monica Br Sembiring mahasiswi Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, program studi pariwisata. Saya sedang melakukan penelitian tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh *Tourist Reviews* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Puncak Sosok, Bantul”. Oleh sebab itu saya memohon kesediaan waktu Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini dengan sejujur-jujurnya.

Atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih ☺

Kriteria menjadi responden:

1. Sudah pernah berkunjung ke Puncak Sosok minimal 1 kali kunjungan
2. Pengguna *google maps*
3. Mengerti tentang fitur ulasan/*review* pada media *google maps*

Catatan: Berikan tanda cek (✓) pada pilihan yang dianggap paling tepat dan mewakili

## Data Responden:

1. Daerah Asal : \_\_\_\_\_
2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
3. Usia :  < 10 th  11-24 th  25-40th  >40th
4. Pendidikan Terakhir :  SD  SMP  SMA  Diploma  S1  S2/S3
5. Informasi terkait Puncak Sosok, Bantul didapat dari:
  - Rekomendasi dari teman/saudara
  - Google Maps*
  - Media Sosial (*Instagram. Facebook, Website* dll)
  - Lainnya (Sebutkan) \_\_\_\_\_
6. Jika jawaban No. 5 selain *Google Maps*, apakah responden melanjutkan pencarian informasi dari *Google Maps*?
  - Ya  Tidak

Pilihlah salah satu jawaban dari beberapa alternatif yang disediakan dan beri tanda (✓)

Keterangan: **SS: Sangat Setuju S: Setuju TS: Tidak Setuju STS: Sangat Tidak Setuju**

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
<b>Kredibilitas Sumber</b>					
1	<i>Google maps</i> mampu menyediakan informasi berupa navigasi yang terpercaya				
2	<i>Google maps</i> ahli dalam memberikan informasi atas ulasan suatu destinasi				
3	<i>Google maps</i> memiliki pengalaman dalam memberikan informasi				
<b>Kualitas Argumen</b>					
4	Ulasan pengunjung di <i>Google maps</i> menghasilkan <i>image</i> yang positif pada puncak Sosok				
5	Ulasan Puncak Sosok di <i>Google maps</i> tersedia secara <i>up to date</i>				
6	Ulasan Puncak Sosok di <i>Google maps</i> berisikan informasi yang lengkap				
<b>Proses Keputusan Berkunjung</b>					
7	Dengan ulasan <i>google maps</i> , saya menaruh perhatian terhadap Puncak Sosok				
8	Melalui ulasan <i>google maps</i> saya mulai tertarik terhadap Puncak Sosok				
9	Ulasan pengunjung di <i>google maps</i> membuat saya memiliki keinginan untuk melakukan perjalanan ke Puncak Sosok				
10	Ulasan di <i>google maps</i> berisikan informasi yang membantu saya mengambil keputusan untuk berkunjung ke Puncak Sosok				



## KUISIONER PENELITIAN

Halo!

Perkenalkan saya Monika Br Sembiring mahasiswi Jurusan Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir skripsi dengan judul "PENGARUH TOURIST REVIEWS TERHADAP PROSES KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI PUNCAK SOSOK, BANTUL". Saya mengucapkan terimakasih kepada responden yang sudah berkenan untuk membuka link kuisisioner ini serta berkenan untuk memberikan jawaban dari pertanyaan di penelitian ini.

Sebelum mengisi kuisisioner, beberapa kriteria menjadi responden dalam penelitian ini yaitu:

1. Sudah pernah berkunjung ke Puncak Sosok minimal 1 kali kunjungan
2. Pengguna Google Maps
3. Mengerti tentang fitur ulasan/review pada media Google Maps

[Berikutnya](#)



[Minta akses pengeditan](#)







# KUISIONER PENELITIAN

\* **Wajib**

## DATA RESPONDEN

Daerah Asal \*

Jawaban Anda

---

Jenis Kelamin \*



Laki-laki



# KUISIONER PENELITIAN

docs.google.com



Perempuan

Usia \*

< 10 Tahun

11-24 Tahun

25-40 Tahun

> 40 Tahun

Pendidikan Terakhir \*

SD

SMP

SMA

Diploma





## KUIISIONER PENELITIAN

docs.google.com



S1

S2/S3

Informasi terkait Puncak Sosok didapat dari \*

Rekomendasi dari teman/saudara

Google Maps

Media Sosial (Instagram, Facebook, Website dll)

Yang lain: \_\_\_\_\_

Jika jawaban No. 5 selain Google Maps, apakah responden melanjutkan pencarian informasi dari Google Maps? \*

Ya

Tidak





## KUISIONER PENELITIAN

Google maps mampu menyediakan informasi berupa navigasi yang terpercaya \*

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Google maps ahli dalam memberikan informasi atas ulasan suatu destinasi \*

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju





## KUISIONER PENELITIAN

docs.google.com



Google maps memiliki pengalaman dalam memberikan informasi \*

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Ulasan pengunjung di Google maps menghasilkan image yang positif pada Puncak Sosok \*

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju





## KUISIONER PENELITIAN

docs.google.com



Ulasan Puncak Sosok di Google maps tersedia secara up to date \*

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Ulasan Puncak Sosok di Google maps berisikan informasi yang lengkap \*

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju





## KUISIONER PENELITIAN

docs.google.com



Dengan ulasan google maps, saya menaruh perhatian terhadap Puncak Sosok \*

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Melalui ulasan google maps saya mulai tertarik terhadap Puncak Sosok \*

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju





Ulasan pengunjung di google maps membuat saya memiliki keinginan untuk melakukan perjalanan ke Puncak Sosok \*

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Ulasan di google maps berisikan informasi yang membantu saya mengambil keputusan untuk berkunjung ke Puncak Sosok \*

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju





# **Lampiran 4**

## **Tabulasi Data**

NO RESPO NDEN	NOMOR INDIKATOR PERTANYAAN												
	X1.1	X1.2	X1.3	Skor Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	Skor Total X2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Skor Total Y
1	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	3	12
2	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	4	14
3	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	3	3	12
4	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	3	12
6	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	3	2	11
7	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	3	12
8	3	4	3	10	3	3	3	9	3	2	3	3	11
9	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	2	3	11
10	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	3	12
11	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	3	13
12	3	3	3	9	4	3	4	11	3	4	3	3	13
13	3	3	3	9	3	3	2	8	2	2	2	3	9
14	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
15	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
16	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	3	12
17	3	3	3	9	2	3	2	7	3	4	3	3	13
18	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
19	2	4	3	9	3	2	2	7	2	2	2	3	9
20	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	3	12
21	3	3	4	10	3	4	3	10	3	3	3	3	12
22	3	3	3	9	4	3	3	10	4	4	3	4	15
23	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
24	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	4	14
25	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
26	2	2	2	6	3	2	2	7	3	3	3	2	11
27	3	2	3	8	3	2	2	7	3	3	3	3	12
28	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
29	1	3	3	7	3	3	3	9	4	1	3	1	9
30	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
31	4	4	4	12	3	3	2	8	3	3	3	3	12
32	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	3	12
33	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	2	11
34	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	4	3	15
35	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
36	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
37	3	3	3	9	2	2	3	7	3	3	3	2	11
38	3	3	3	9	3	3	3	9	2	2	2	2	8
39	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	3	12
40	4	3	3	10	3	3	3	9	3	4	3	3	13
41	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
42	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	4	13
43	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
44	3	3	3	9	3	3	3	9	2	2	2	2	8
45	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12

NO RESPO NDEN	NOMOR INDIKATOR PERTANYAAN												
	X1.1	X1.2	X1.3	Skor Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	Skor Total X2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Skor Total Y
46	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	2	3	11
47	3	3	3	9	3	2	2	7	3	2	2	3	10
48	3	4	4	11	4	3	3	10	3	3	3	3	12
49	3	3	4	10	3	3	2	8	3	2	2	2	9
50	3	3	3	9	4	3	4	11	3	2	2	3	10
51	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
52	3	3	3	9	4	3	3	10	4	3	3	3	13
53	3	3	3	9	4	2	2	8	3	3	3	3	12
54	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
55	4	3	3	10	4	3	3	10	4	4	4	4	16
56	3	3	3	9	3	4	4	11	3	3	3	4	13
57	3	4	4	11	4	3	3	10	3	3	3	3	12
58	4	3	4	11	3	3	3	9	3	4	4	3	14
59	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
60	3	2	2	7	3	3	2	8	2	2	2	3	9
61	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
62	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	4	16
63	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	3	14
64	4	4	4	12	3	2	3	8	3	3	3	3	12
65	3	3	4	10	4	4	3	11	3	3	3	3	12
66	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
67	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
68	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	3	12
69	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
70	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
71	3	3	4	10	4	3	3	10	2	3	3	3	11
72	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
73	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
74	3	3	2	8	4	2	3	9	2	3	3	3	11
75	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
76	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
77	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
78	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	3	3	11
79	3	3	3	9	3	2	2	7	3	3	3	3	12
80	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
81	3	3	2	8	3	2	2	7	2	2	2	2	8
82	3	2	3	8	3	3	2	8	3	4	4	4	15
83	4	3	3	10	3	2	3	8	2	2	2	2	8
84	2	3	3	8	3	2	2	7	2	2	2	2	8
85	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
86	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
87	4	4	4	12	4	2	2	8	3	3	3	3	12
88	4	4	4	12	3	2	2	7	2	2	2	3	9
89	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	3	11
90	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	2	8

NO RESPO NDEN	NOMOR INDIKATOR PERTANYAAN												
	X1.1	X1.2	X1.3	Skor Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	Skor Total X2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Skor Total Y
91	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
92	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	3	12
93	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	4	14
94	3	3	3	9	4	3	4	11	4	4	4	4	16
95	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	2	11
96	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	3	12
97	3	4	4	11	4	3	3	10	3	3	3	4	13
98	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	3	3	11
99	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	3	4	14
100	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	2	2	8

## **Lampiran 5**

### **Hasil Uji Kelayakan Instrumen**

## VALIDITAS KREDIBILITAS SUMBER

		<b>Correlations</b>			
		item_1	item_2	item_3	skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	,158	,410*	,730**
	Sig. (2-tailed)		,405	,024	,000
	N	30	30	30	30
item_2	Pearson Correlation	,158	1	,377*	,694**
	Sig. (2-tailed)	,405		,040	,000
	N	30	30	30	30
item_3	Pearson Correlation	,410*	,377*	1	,785**
	Sig. (2-tailed)	,024	,040		,000
	N	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	,730**	,694**	,785**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

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

## VALIDITAS KUALITAS ARGUMEN

		<b>Correlations</b>			
		item_1	item_2	item_3	skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	,346	,550**	,766**
	Sig. (2-tailed)		,061	,002	,000
	N	30	30	30	30
item_2	Pearson Correlation	,346	1	,466**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,061		,009	,000
	N	30	30	30	30
item_3	Pearson Correlation	,550**	,466**	1	,866**
	Sig. (2-tailed)	,002	,009		,000
	N	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	,766**	,757**	,866**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

## VALIDITAS PROSES KEPUTUSAN BERKUNJUNG

### Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	,258	,506**	,000	,552**
	Sig. (2-tailed)		,169	,004	1,000	,002
	N	30	30	30	30	30
item_2	Pearson Correlation	,258	1	,370*	,573**	,813**
	Sig. (2-tailed)	,169		,044	,001	,000
	N	30	30	30	30	30
item_3	Pearson Correlation	,506**	,370*	1	,387*	,748**
	Sig. (2-tailed)	,004	,044		,034	,000
	N	30	30	30	30	30
item_4	Pearson Correlation	,000	,573**	,387*	1	,734**
	Sig. (2-tailed)	1,000	,001	,034		,000
	N	30	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	,552**	,813**	,748**	,734**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

## REABILITAS KREDIBILITAS SUMBER

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,568	3

## REABILITAS KUALITAS ARGUMEN

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,711	3

## REABILITAS PROSS KEPUTUSAN BERKUNJUNG

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,680	4



## **Lampiran 6**

### **Hasil Uji Normalitas**

## HASIL UJI NORMALITAS

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,56065338
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,085
	Negative	-,086
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,064 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## **Lampiran 7**

### **Lembar Bimbingan**

LEMBAR BIMBINGAN



**NAMA MAHASISWA:** MONICA PR SEMBING  
**NO. MAHASISWA :** 516100612  
**JUDUL PENELITIAN :** Pengaruh Tourist Review Terhadap Kepuasan berkunjung

**NAMA PEMBIMBING I:** Dr. H. H. H. H. H.

**NAMA PEMBIMBING II:** N. JONET SINDANGTOYO

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	12/10	- Konsep	
		- Referensi ASG	
		- Penelitian X	
		- Penelitian	
		- Penelitian	
		- Penelitian	
	12/10	- AS, I, A, O, 2	
		- Penelitian	
		- Penelitian	
	17/10	- Penelitian & Daftar	
		- Daftar	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	28/1/20	Permasalahan dalam latar belakang masalah. belum muncul	
2	18/2/20	Kejelasan Gorfanyang askuat " proses " dengan " Indikator konsep " ANDA "	
3	20/2/20	Variable X askuat. Feikoner yang mudah dipahami responder	

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : MONICA BR SEMBING  
 NO. MAHASISWA : 516100612  
 JUDUL PENELITIAN : PENGARUH TOURIST REVIEW TERHADAP KERUCUN BERKUNJUNG KEKABUPATEN DI PUNCAK SOSOF, BANTUL

MONICA BR SEMBING  
 516100612

PENGARUH TOURIST REVIEW

TERHADAP KERUCUN BERKUNJUNG KEKABUPATEN DI PUNCAK SOSOF, BANTUL

NAMA PEMBIMBING I: BUDI HERMAWAN

NAMA PEMBIMBING II: N. JONET SINANG TOYO

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
		Proposal Ace	
	28/9/20	- Penulisan	
		- Perkuat pembahasan	
	1/8/20	Abstrak	
		- Acc Skripsi	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
4	5/9/20	Kuliner dibekali dengan hindari kalimat Gatingkat dan lebih Variatif	
5	9/9/20	ACC Proposal.	
6		Halaman depan dan lampiran.	
7		Tata tulis dalam Pembahasan	
8		ACC Laporan	

# **Lampiran 8**

## **Dokumentasi Pribadi**









