

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
ATRIBUT PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
REVISIT INTENTION
(Studi Eksplanatif Pada Pengunjung Kampung Cai Ranca
Upas Kabupaten Bandung)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:
Tri Mulyati
3111161024



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP
BANDUNG
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
ATRIBUT PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
REVISIT INTENTION
(Studi Eksplanatif Pada Pengunjung Kampung Cai Ranca
Upas Kabupaten Bandung)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

Tri Mulyati

3111161024



Ketua Program Studi,

M. Dadi Priadi, S.Sos., M.AB
NIP. 432 200 210

Menyetujui,

Pembimbing,

Dr. H. Deni Nurdyana H, Drs., M.Si
NIP. 431 200 120

Mengetahui,
Dekan

Tatang Sudrajat, Drs., S.IP., M.Si
NIP. 196302071993031001

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Mulyati
NPM : 3111161024
Program Studi : SI Administrasi Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul : **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN ATRIBUT PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG SERTA DAMPAKNYA TERHADAP *REVISIT INTENTION* (STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG KAMPUNG CAI RANCA UPAS)”** adalah benar – benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi.

Bandung, 30 April 2020

Yang membuat pernyataan,



Tri Mulyati

3111161024

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan boleh jadi kamu membenci sesuatu tetapi ia baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu tetapi ia buruk bagimu, dan Allah mengetahui dan kamu tidak mengetahui,”

(Surat Al – Baqarah Ayat 216)

“Jadikan Kegagalan Sebagai Motivasi Untuk Terus Berusaha Lebih Baik dan Selalu Bersyukur Atas Hasil Yang Didapat”

(Tri Mulyati)

KUPERSEMBAHKAN SKRIPSI INI UNTUK:

Kedua Orang Tuaku Bapak Asep Roskanda dan Mamah Ani Mulyani yang selalu memberikan motivasi dalam hidupku

Kedua Adikku Fajari Mulanda dan Delvya Putri Septiani yang selalu memberikan inspirasi dalam hidupku

Orang Istimewa Dede Yoga Permana yang selalu menemani dan memberikan dukungan dalam hidupku

TEMAN-TEMANKU:

Nadya Hijriani, Mega Ajeng Wilujeng, Panji Subagja, Imelda Angelina Yuanita, Ine Hartika, Hendry Agustian, Siti Robiah (Alm), Rahmawati Nur Kusumaningrum, Team Hayu Main, dan semua rekan Administrasi Bisnis angkatan 2016.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas ridho, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG SERTA DAMPAKNYA TERHADAP *REVISIT INTENTION* (Studi Pada Pengunjung Kampung Cai Ranca Upas)” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana pada Program Studi S1 Administrasi Bisnis.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta Asep Roskanda dan Ibunda yang kusayangi Ani Mulyani yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penghargaan dan terima kasih penulis berikan kepada Bapak Dr. H. Deni Nurdyana Hadimin, Drs., M.Si., CfrA selaku dosen pembimbing yang telah berkontribusi besar meluangkan waktu, pikiran dan perhatian untuk memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. H Asep Effendi, SE., M.Si., PIA, CfrA., CRBC selaku Rektor Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
2. Bapak Dr. Ir. Didin Kusdian, MT selaku Wakil Rektor I Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
3. Ibu Memi Sulaksmi, SE., M.Si selaku Wakil Rektor II Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
4. Bapak Dr. H. Deni Nurdyana Hadimin, Drs., M.Si., CfrA selaku Wakil Rektor III Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
5. Bapak Tatang Sudrajat, Drs., S.IP., M.Si selaku Dekan dan Ibu Witri Cahyati, S.Sos., M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
6. Bapak M. Dadi Priadi, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi serta Dosen Wali yang telah memberikan dukungan pengarahan selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu, wawasan, pemahaman serta pengalamannya yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Seluruh staf administrasi Program Studi S1 Administrasi Bisnis atas kelancaran informasi dan dukungan administrasi selama mengikuti program pendidikan ini.
9. Adik tercinta Fajari Mulanda yang telah membantu dan selalu menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat penulis Mega Ajeng, Panji Subagja, Nadya Hijriani, Ine Hartika, Imelda Angelina, Hendry Agustian, Siti Robiah (Alm) dan Rahmawati Nur Kusumaningrum atas dorongan semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan.

11. Seluruh rekan mahasiswa, terutama rekan mahasiswa Administrasi Bisnis 2016 atas dukungan moral serta selalu mengisi hari-hari menjadi sangat menyenangkan.

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan naskah skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dalam teknik penulisan, struktur bahasa, ataupun substansi ilmiah dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang dari berbagai pihak. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi diri penulis sendiri, dan umumnya bagi mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

Bandung, 30 April 2020

Hormat saya,

Tri Mulyati

3111161024

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *electronic word of mouth* dan atribut produk wisata terhadap kepuasan pengunjung Kampung Cai Ranca Upas serta dampaknya terhadap *revisit intention*. Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu pertama untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap kepuasan pengunjung. Kedua untuk mengetahui pengaruh atribut produk wisata terhadap kepuasan pengunjung. Ketiga untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan atribut produk wisata terhadap kepuasan pengunjung. Keempat untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan atribut produk wisata terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung. Kelima untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth*, atribut produk wisata dan kepuasan pengunjung terhadap *revisit intention* secara simultan. Dan yang keenam mengetahui pengaruh kepuasan pengunjung terhadap *revisit intention*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research* dan penelitian survey. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* jenis *simple random sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis jalur.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (H_1 ditolak). Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa atribut produk wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (H_2 diterima). Hasil pengujian hipotesis yang ketiga menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* dan atribut produk wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (H_3 diterima). Hasil pengujian hipotesis yang keempat menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* dan atribut produk wisata berpengaruh terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung (H_4 diterima). Hasil pengujian hipotesis yang kelima menunjukkan bahwa *electronic word of mouth*, atribut produk wisata dan kepuasan pengunjung secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* (H_5 diterima). Hasil pengujian hipotesis yang keenam menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* (H_6 diterima).

Kata Kunci : *Electronic word of mouth*, atribut produk wisata, kepuasan pengunjung, dan *revisit intention*.

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of electronic word of mouth and the attributes of tourism products on visitor satisfaction Kampung Cai Ranca Upas and their impact on revisit intention. This study has several objectives, namely first to determine the effect of electronic word of mouth on visitor satisfaction. Second, to find out the influence of the attributes of tourism products on visitor satisfaction. Third, to determine the effect of electronic word of mouth and the attributes of tourism products on visitor satisfaction. Fourth, to determine the effect of electronic word of mouth and attributes of tourism products on revisit intention through visitor satisfaction. Fifth, to determine the effect of electronic word of mouth, attributes of tourist products and visitor satisfaction on revisit intention simultaneously. And the sixth to know the effect of visitor satisfaction on revisit intention

This study uses quantitative methods with the type of explanatory research and survey research. Sampling technique used was random sampling type under probability sampling, with the total number of 100 respondents. The data was analyzed inferential and the hypothesis were tested by using path analysis.

The results of testing the first hypothesis showed that electronic word of mouth had no significant effect on visitor satisfaction (H1 rejected). The second hypothesis testing results show that the attributes of tourism products have a significant effect on visitor satisfaction (H2 received). The third hypothesis testing results indicate that electronic word of mouth and the attributes of tourism products simultaneously have a significant effect on visitor satisfaction (H3 received). The fourth hypothesis testing results indicate that electronic word of mouth and the attributes of tourism products affect revisit intention through visitor satisfaction (H4 is accepted). The results of the fifth hypothesis testing indicate that electronic word of mouth, attributes of tourist products and visitor satisfaction simultaneously have a significant effect on revisit intention (H5 is accepted). The sixth hypothesis testing results indicate that visitor satisfaction has a significant effect on revisit intention (H6 received).

Key Word : *Electronic word of mouth, the attributes of tourism products, visitor satisfaction, and revisit intention.*

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penelitian	15
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Studi Administrasi Bisnis.....	17
2.2 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	18
2.3 Pemasaran Jasa.....	23
2.4 Pariwisata	25
2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata.....	28
2.6 Atribut Produk Wisata.....	28
2.7 Kepuasan Pengunjung	32
2.8 Penanganan Keluhan Wisatawan maupun Calon Wisatawan	36
2.9 <i>Revisit Intention</i>	38
2.10 Penelitian Terdahulu	41
2.11 Kerangka Pemikiran	43

BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.2.1 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	49
3.4 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	50
3.4.1 Operasional Variabel.....	50
3.4.2 Skala Pengukuran.....	51
3.5 Populasi dan Sampel	52
3.5.1 Populasi.....	52
3.5.2 Sampel.....	52
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	54
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.6.1 Uji Validitas	54
3.6.2 Uji Reliabilitas	57
3.7 Teknik analisis Data.....	58
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.7.2 Pengujian Hipotesis.....	60
3.7.3 Analisis Korelasi	62
3.7.4 Analisis Jalur.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Objek Penelitian.....	65
4.1.1 Sejarah Kampung Cai Ranca Upas	65
4.1.2 Logo Kampung Cai Ranca Upas.....	66
4.1.3 Letak Kampung Cai Ranca Upas	66
4.1.4 Potensi Wisata Kampung Cai Ranca Upas	67
4.2 Hasil Pengumpulan Data.....	69
4.3 Karakteristik Responden	69
4.4 Hasil Penelitian	73
4.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	73
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	76

4.4.3	Pengujian Hipotesis.....	78
4.4.4	Analisis Korelasi	82
4.4.5	Analisis Jalur.....	84
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	92
BAB V PENUTUP		100
5.1	Simpulan	100
5.2	Rekomendasi.....	103
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Provinsi Jawa Barat.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kampung Cai Ranca Upas	7
Tabel 1.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	16
Tabel 2.1 Perbedaan Karakteristik WOM dan e-WOM	20
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	50
Tabel 3.2 Populasi Penelitian.....	52
Tabel 3.3 Rekapitulasi Hasil Pretest Uji Validitas.....	56
Tabel 3.4 Rekapitulasi Hasil Prestest Uji Reliabilitas	58
Tabel 3.5 Kriteria Koefesien Korelasi	62
Tabel 4.1 Daftar Harga Tiket Ranca Upas.....	68
Tabel 4.2 Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.3 Pengujian Karakteristik Usia	70
Tabel 4.4 Pengujian Karakteristik Pekerjaan.....	71
Tabel 4.5 Pengujian Karakteristik Pendapatan	71
Tabel 4.6 Pengujian Karakteristik Intentitas Internet	72
Tabel 4.7 Pengujian Karakteristik Media Sosial yang Digunakan	72
Tabel 4.8 Pengujian Karateristik Jumlah Kunjungan	73
Tabel 4.9 Pengujian Karakteristik Transportasi yang Digunakan	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2) Struktur I.....	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2) Struktur II.....	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikansi F Struktur I.....	79
Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikansi F Struktur II.....	80
Tabel 4.19 Hasil Uji t Struktur I.....	80

Tabel 4.20 Hasil Uji t Struktur II	81
Tabel 4.21 Kriteria Koefisien Korelasi	82
Tabel 4.22 Hasil Analisis Korelasi.....	83
Tabel 4.23 Pengujian Hubungan Antar Variabel	84
Tabel 4.24 Hasil Uji Analisis Jalur	85
Tabel 4.25 Koefisien Analisis Jalur Sub-struktur I	86
Tabel 4.26 Hasil Analisis Jalur	86
Tabel 4.27 Koefisien Analisis Jalur Substruktur II	87
Tabel 4.28 Hasil Pengaruh Berdasarkan Koefisien Jalur	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Internet Dan Media Sosial	2
Gambar 1.2 Media Sosial yang Sering Digunakan	3
Gambar 1.3 E-WOM Postitif Berbasis Instagram.....	9
Gambar 1.4 E-WOM Negarif Pengunjung.....	11
Gambar 1.5 Dokumentasi Hasil Observasi	11
Gambar 2.1 Kondisi Kepuasan atau Ketidakpuasan Pelanggan	33
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 3.1 Diagram Jalur	63
Gambar 3.2 Diagram Jalur Sub-struktur I.....	64
Gambar 3.3 Diagram Jalur Sub-struktur II	64
Gambar 4.1 Logo Kampung Cai Ranca Upas.....	66
Gambar 4.2 Letak Ranca Upas.....	67
Gambar 4.3 Diagram Jalur Sub-struktur I.....	86
Gambar 4.4 Diagram Jalur Sub-struktur II	88
Gambar 4.5 Diagram Analisis Jalur	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Profil Objek Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Karakteristik Responden

Lampiran 4 Tabulasi Kuesioner

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Hasil Teknik Analisis Data

Lampiran 7 Foto dan Dokumen Pendukung Lain