

## Lampiran 1

### Profil Kampung Cai Ranca Upas



Logo Kampung Cai Ranca Upas

- Jenis : Bumi Perkemahan
- Letak : Jalan Raya Ciwidey Patenggang KM. 11, Alam Endah Ciwidey  
Kabupaten Bandung.
- Luas : 215 hektar
- Operator : Perhutani

## Lampiran 2

### ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Di tempat

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tri Mulyati  
NPM : 3111161024  
Prodi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Perguruan Tinggi : Universitas Sangga Buana YPKP Bandung

Saya memohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia berpartisipasi mengisi angket penelitian ini sesuai dengan keadaan yang dialami dan dirasakan. Dalam rangka penyusunan skripsi untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) dan sesuai dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Dan Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Terhadap *Revisit Intention*”**.

Saya sangat menghargai setiap jawaban yang saudara berikan dan tetap dijaga kerahasiaannya, serta tidak akan berpengaruh terhadap kedudukan dan status. Angket ini hanya untuk keperluan skripsi tidak untuk dipublikasikan secara luas, sehingga kerahasaan data yang diisi dapat dijaga. Besar harapan saya, saudara dapat memberikan jawaban yang sebenarnya sehingga jawaban tersebut dapat digunakan untuk menganalisis data secara tepat dan objektif.

Atas kerjasama dan kesediaannya untuk meluangkan waktu mengisi angket ini, saya ucapkan banyak terima kasih. Semoga bantuan yang Bapak/Ibu/Saudara berikan dapat mendukung penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Hormat Saya,  
Penyusun Skripsi

(Tri Mulyati)

## LEMBAR ANGGKET PENELITIAN

### A. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah data diri anda sesuai keadaan yang sebenarnya tentang identitas responden dengan memberi tanda silang (X)

1. Nama Responden : .....\*bila berkenan
2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
3. Usia :  17 – 21 tahun  32 – 36 tahun  
 22 – 26 tahun  37 – 41 tahun  
 27 – 31 tahun  > 41 tahun
4. Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa  Wiraswasta  
 PNS/TNI/POLRI  Lainnya  
 Karyawan
5. Pendapatan per bulan:  
 < Rp. 1000.000  Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000  > Rp. 3.000.000
6. Intensi penggunaan internet:  
 Kadang-kadang  Sering
7. Anda mengetahui informasi Kampung Cai Ranca Upas melalui media sosial:  
 Facebook  
 Instagram  
 media sosial lainnya
8. Berapa kali anda pernah mengunjungi Kampung Cai Ranca Upas:  
 Satu kali  dua kali  > dua kali
9. Sarana transportasi yang digunakan :  
 Kendaraan Pribadi  Kendaraan Umum

### B. ANGGKET

Berilah tanda checklist (√) pada salah Satu pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat yang anda alami.

STS: Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Diharapkan untuk tidak memilih lebih dari Satu pilihan jawaban

1. *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)*

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Untuk memastikan saya memilih destinasi yang tepat (seperti Kampung Cai Ranca Upas) saya sering membaca ulasan online wisatawan lain					
2	Saya dapat merasakan bahwa internet/media sosial adalah alat yang efektif untuk membantu proses promosi objek wisata Kampung Cai Ranca Upas					
3	Saya sering membaca ulasan perjalanan wisatawan lain untuk mengetahui destinasi apa yang memberi kesan baik pada yang lain					
4	Melalui internet/media sosial, saya merasakan kepedulian orang lain saat merekomendasikan <i>user</i> untuk berkunjung ke Kampung Cai Ranca Upas					
5	Melalui internet/media sosial, saya dapat membantu teman atau saudara dalam keputusan mengunjungi Kampung Cai Ranca Upas agar lebih baik					
6	Melalui media sosial, saya mendapatkan informasi bahwa Kampung Cai Ranca Upas merupakan pilihan yang tepat untuk <i>Camping Ground</i> , foto <i>pra wedding</i> , ataupun untuk liburan akhir pekan					
7	Saya mengunggah foto atau video mengenai Kampung Cai Ranca Upas karena merasa puas dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan					
8	Melalui internet/media sosial, saya menginginkan Kampung Cai Ranca Upas semakin berkembang dan terkenal					
9	Melalui internet/media sosial, saya dapat merasakan kesadaran orang lain akan potensi wisata di Kampung Cai Ranca Upas sehingga timbul pula kesadaran untuk menjaga kelestarian daya tarik wisata Kampung Cai Ranca Upas					
10	Melalui internet/media sosial, pengelola dapat memantau kritik dan saran yang disampaikan <i>user</i> sehingga dapat dijadikan tolok ukur untuk meningkatkan pelayanan					

## 2. Atribut Produk Wisata

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Kampung Cai Ranca Upas memiliki keindahan alam dan penguungan yang masih asri					
2	Atraksi atau keunikan yang ditawarkan Kampung Cai Ranca Upas sangat menarik ( <i>Camping Ground</i> , Penangkaran Rusa, wahana <i>Outbond</i> , Kolam Renang, Panahan, dll)					
3	Kampung Cai Ranca Upas menyediakan peralatan dan kebutuhan <i>camping</i> untuk disewakan dengan lengkap					
4	Kualitas Penginapan/peralatan <i>Camping</i> baik					
5	Terdapat warung yang menyediakan makanan dan minuman serta kebutuhan yang lengkap					
6	kualitas dan pelayanan warung wisata baik					
7	Terdapat fasilitas umum yang memadai (toilet, mushola, area parkir, tempat istirahat, dll)					
8	Fasilitas umum yang ditawarkan dapat digunakan dengan nyaman (toilet, mushola, area parkir, tempat istirahat, dll)					
9	Jalan menuju lokasi objek wisata tersedia dan mudah ditempuh					
10	Transportasi umum sepanjang objek wisata tersedia					
11	Petunjuk jalan sepanjang objek wisata tersedia					

## 3. Kepuasan Pengunjung

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Saya merasa puas dengan fasilitas yang disediakan Kampung Cai Ranca Upas ( <i>Camping Ground</i> , Wahana <i>Outbond</i> , Penangkaran Rusa, Fasilitas Umum, dll)					
2	Saya merasa puas berkunjung ke Kampung Cai Ranca Upas karena pelayanan yang baik					
3	Kampung Cai Ranca Upas memiliki harga tiket yang sesuai					
4	Kampung Cai Ranca Upas mampu menyediakan kebutuhan wisata yang baik sesuai dengan harapan pengunjung					

#### 4. *Revisit Intention*

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke Kampung Cai Ranca Upas					
2	Saya memiliki keinginan untuk mengunjungi kembali Kampung Cai Ranca Upas					

Lampiran 3

Karakteristik Responden

NO	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Intensitas internet	Media Sosial	Intensitas Berkunjung	Sarana Transportasi
1	Laki-Laki	17 - 21 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
2	Laki-Laki	22 - 26 tahun	PNS/TNI/POLRI	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	website	Satu kali	Kendaraan Pribadi
3	Perempuan	22 - 26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
4	Laki-Laki	17 - 21 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	> dua kali	Kendaraan Pribadi
5	Perempuan	17 - 21 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
6	Perempuan	22 - 26 tahun	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
7	Laki-Laki	22 - 26 tahun	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Kadang-kadang	Facebook	Satu kali	Kendaraan Pribadi
8	Perempuan	17 - 21 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	> dua kali	Kendaraan Pribadi
9	Laki-Laki	27 - 31 tahun	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Facebook	Dua kali	Kendaraan Pribadi
10	Perempuan	22 - 26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
11	Laki-Laki	22 - 26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
12	Laki-Laki	22 - 26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Kadang-kadang	Facebook	> dua kali	Kendaraan Pribadi
13	Laki-Laki	22 - 26 tahun	PNS/TNI/POLRI	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
14	Perempuan	22 - 26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
15	Laki-Laki	22 - 26 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Sering	Facebook	> dua kali	Kendaraan Pribadi
16	Perempuan	22 - 26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	website	Satu kali	Kendaraan Pribadi
17	Laki-Laki	27 - 31 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Sering	website	> dua kali	Kendaraan Pribadi
18	Perempuan	22 - 26 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi

NO	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Intensitas internet	Media Sosial	Intensitas Berkunjung	Sarana Transportasi
19	Perempuan	22 - 26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
20	Perempuan	22 - 26 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
21	Laki-Laki	22 - 26 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
22	Perempuan	22 - 26 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Kadang-kadang	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
23	Perempuan	22 - 26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Kadang-kadang	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
24	Perempuan	17 - 21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
25	Laki-Laki	17 - 21 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
26	Perempuan	22 - 26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	> dua kali	Kendaraan Pribadi
27	Laki-Laki	37 - 41 tahun	PNS/TNI/POLRI	> Rp. 3.000.000	Kadang-kadang	website	> dua kali	Kendaraan Pribadi
28	Laki-Laki	27 - 31 tahun	Wiraswasta	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
29	Perempuan	22 - 26 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
30	Laki-Laki	22 - 26 tahun	PNS/TNI/POLRI	> Rp. 3.000.000	Kadang-kadang	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
31	Perempuan	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
32	Perempuan	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
33	Laki-laki	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Kadang-kadang	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
34	Laki-laki	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
35	Laki-laki	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	> dua kali	Kendaraan Pribadi
36	Perempuan	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi



NO	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Intensitas internet	Media Sosial	Intensitas Berkunjung	Sarana Transportasi
37	Laki-laki	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
38	Perempuan	27-31 tahun	Lainnya	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
39	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	> dua kali	Kendaraan Pribadi
40	Perempuan	22-26 tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	Kadang-kadang	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
41	Perempuan	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Website	Satu kali	Kendaraan Pribadi
42	Laki-laki	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Facebook	> dua kali	Kendaraan Pribadi
43	Perempuan	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
44	Perempuan	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Umum
45	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
46	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
47	Laki-laki	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
48	Perempuan	27-31 tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	Kadang-kadang	Website	Satu kali	Kendaraan Pribadi
49	Perempuan	22-26 tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	Kadang-kadang	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
50	Perempuan	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
51	Perempuan	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	> dua kali	Kendaraan Pribadi
52	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
53	Laki-laki	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
54	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Kadang-kadang	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
55	Perempuan	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Kadang-	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi

NO	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Intensitas internet	Media Sosial	Intensitas Berkunjung	Sarana Transportasi
					kadang			
56	Perempuan	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
57	Laki-laki	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Facebook	Satu kali	Kendaraan Pribadi
58	Laki-laki	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
59	Perempuan	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
60	Laki-laki	22-26 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
61	Laki-laki	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
62	Perempuan	22-26 tahun	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
63	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	> dua kali	Kendaraan Pribadi
64	Perempuan	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
65	Laki-laki	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
66	Perempuan	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
67	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Kadang-kadang	Facebook	Satu kali	Kendaraan Pribadi
68	Perempuan	22-26 tahun	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
69	Perempuan	22-26 tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
70	Perempuan	22-26 tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
71	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Kadang-kadang	Website	Satu kali	Kendaraan Pribadi
72	Perempuan	17-21 tahun	Wiraswasta	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
73	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Website	Satu kali	Kendaraan Pribadi
74	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	> dua kali	Kendaraan Pribadi

NO	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Intensitas internet	Media Sosial	Intensitas Berkunjung	Sarana Transportasi
75	Perempuan	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
76	Laki-laki	22-26 tahun	Wiraswasta	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
77	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
78	Laki-laki	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
79	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
80	Perempuan	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
81	Perempuan	22-26 tahun	Wiraswasta	< Rp. 1.000.000	Kadang-kadang	Website	Dua kali	Kendaraan Pribadi
82	Perempuan	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Kadang-kadang	Website	> dua kali	Kendaraan Pribadi
83	Laki-laki	27-31 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
84	Perempuan	22-26 tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	Sering	Website	Dua kali	Kendaraan Pribadi
85	Perempuan	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
86	Laki-laki	22-26 tahun	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	> dua kali	Kendaraan Pribadi
87	Laki-laki	17-21 tahun	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Facebook	> dua kali	Kendaraan Pribadi
88	Perempuan	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Kadang-kadang	Instagram	Satu kali	Kendaraan Umum
89	Perempuan	22-26 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
90	Perempuan	17-21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
91	Laki-laki	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
92	Laki-laki	22-26 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Kadang-kadang	Website	> dua kali	Kendaraan Pribadi
93	Perempuan	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Kadang-	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi

NO	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Intensitas internet	Media Sosial	Intensitas Berkunjung	Sarana Transportasi
					kadang			
94	Perempuan	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
95	Perempuan	17-21 tahun	Karyawan	> Rp. 3.000.000	Sering	Website	Satu kali	Kendaraan Pribadi
96	Perempuan	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Kadang-kadang	Facebook	Satu kali	Kendaraan Pribadi
97	Laki-laki	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
98	Laki-laki	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Kadang-kadang	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi
99	Perempuan	22-26 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Sering	Instagram	Dua kali	Kendaraan Pribadi
100	Laki-laki	17-21 tahun	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sering	Instagram	Satu kali	Kendaraan Pribadi

Lampiran 4

Tabulasi Data

No	PERTANYAAN																											SKOR
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
1	5	4	5	4	5	5	3	5	3	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	118
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	134
3	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	106
4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	133
5	3	5	4	3	3	3	2	2	2	5	5	4	5	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	92
6	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	108
7	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	91
8	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	121
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	133
10	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	124
11	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	118
12	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	126
13	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	125
14	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	126
15	2	5	3	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	124
16	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	101
17	4	5	5	5	5	4	1	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	109
18	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	125
19	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	108















		EWOM_1	EWOM_2	EWOM_3	EWOM_4	EWOM_5	EWOM_6	EWOM_7	EWOM_8	EWOM_9	EWOM_10	SKOR
EWOM_10	Pearson Correlation	,507**	,625**	,503**	,487**	,578**	,442**	,316**	,587**	,568**	1	,746**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SKOR	Pearson Correlation	,761**	,760**	,713**	,774**	,797**	,727**	,604**	,766**	,753**	,746**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

**Hasil Uji Validitas**  
**Atribut Produk Wisata**  
**Correlations**

		APW _1	APW _2	APW _3	APW _4	APW _5	APW _6	APW _7	APW _8	APW _9	APW _10	APW _11	SKOR
APW_1	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	1  100	,664* , 000 100	,504* , 000 100	,465** , 000 100	,410** , 000 100	,420** , 000 100	,388** , 000 100	,351** , 000 100	,457** , 000 100	,295** , 003 100	,430** , 000 100	,638** , 000 100
APW_2	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,664** , 000 100	1  100	,521* , 000 100	,548** , 000 100	,445** , 000 100	,472** , 000 100	,459** , 000 100	,432** , 000 100	,488** , 000 100	,322** , 001 100	,505** , 000 100	,696** , 000 100
APW_3	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,504** , 000 100	,521* , 000 100	1  100	,603** , 000 100	,591** , 000 100	,538** , 000 100	,615** , 000 100	,531** , 000 100	,468** , 000 100	,418** , 000 100	,556** , 000 100	,759** , 000 100
APW_4	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,465** , 000 100	,548* , 000 100	,603* , 000 100	1  100	,580** , 000 100	,607** , 000 100	,619** , 000 100	,523** , 000 100	,559** , 000 100	,440** , 000 100	,622** , 000 100	,787** , 000 100
APW_5	Pearson Correlation	,410**	,445* ,	,591* ,	,580**	1	,676**	,623**	,587**	,532**	,341**	,493**	,746**



		APW _1	APW _2	APW _3	APW _4	APW _5	APW _6	APW _7	APW _8	APW _9	APW _10	APW _11	SKOR
APW_1	Pearson Correlation	,430**	,505*	,556*	,622**	,493**	,545**	,605**	,685**	,636**	,671**	1	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SKOR	Pearson Correlation	,638**	,696*	,759*	,787**	,746**	,789**	,799**	,804**	,785**	,678**	,823**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

**Hasil Uji Validitas**  
**Kepuasan Pengunjung**  
**Correlations**

		KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	SKOR
KP_1	Pearson Correlation	1	,837**	,683**	,691**	,907**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KP_2	Pearson Correlation	,837**	1	,638**	,706**	,899**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KP_3	Pearson Correlation	,683**	,638**	1	,668**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KP_4	Pearson Correlation	,691**	,706**	,668**	1	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
SKOR	Pearson Correlation	,907**	,899**	,854**	,867**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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



## Hasil Uji Validitas

### *Revisit Intention*

#### *Correlations*

		RI_1	RI_2	SKOR
RI_1	Pearson Correlation	1	,789**	,944**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
RI_2	Pearson Correlation	,789**	1	,947**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
SKOR	Pearson Correlation	,944**	,947**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

**Hasil Uji Reliabilitas**  
*Electronic Word Of Mouth*

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,905	10

**Hasil Uji Reliabilitas**  
**Atribut Produk Wisata**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	11

**Hasil Uji Reliabilitas**  
**Kepuasan Pengunjung**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,903	4

**Hasil Uji Reliabilitas**  
***Revisit Intention***

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	2

## Lampiran 6

### Teknik Analisis Data

#### Hasil Normalitas Sub-struktur 1

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,61985379
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,073
	Negative	-,083
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,090 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

#### Hasil Normalitas Sub-struktur 2

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,93845064
Most Extreme Differences	Absolute	,057
	Positive	,057
	Negative	-,055
Test Statistic		,057
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### Hasil Multikolinearitas Sub-struktur 1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.483	1,264		-,382	,703		
Electronic Word Of Mouth	,063	,038	,126	1,652	,102	,543	1,843
Atribut Produk Wisata	,322	,033	,744	9,795	,000	,543	1,843

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

### Hasil Multikolinearitas Sub-struktur 2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,652	,737		2,241	,027		
Electronic Word Of Mouth	,078	,023	,317	3,447	,001	,528	1,895
Atribut Produk Wisata	-,050	,027	-,238	1,858	,066	,273	3,665
Kepuasan Pengunjung	,349	,059	,716	5,898	,000	,304	3,290

a. Dependent Variable: Revisit Intention

### Hasil Heteroskedastisitas Sub-struktur 1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,317	,852		2,721	,008
Electronic Word Of Mouth	,003	,026	,016	,121	,904
Atribut Produk Wisata	-,029	,022	-,177	-1,302	,196

a. Dependent Variable: RES3

### Hasil Heteroskedastisitas Sub-struktur 2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,439	,453		3,177	,002
Electronic Word Of Mouth	,003	,014	,030	,218	,828
Atribut Produk Wisata	-,005	,017	-,054	-,282	,779
Kepuasan Pengunjung	-,039	,036	-,192	-1,065	,289

a. Dependent Variable: RES4

### Hasil Uji Koefisien Determinasi Sub-struktur I

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,834 <sup>a</sup>	,696	,690	1,636

a. Predictors: (Constant), Atribut Produk Wisata, Electronic Word Of Mouth

## Hasil Uji Koefisien Determinasi Sub-struktur II

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,755 <sup>a</sup>	,571	,557	,953

a. Predictors: (Constant), Kepuasan pengunjung, Electronic word of mouth, Atribut produk wisata

## Hasil Uji F Sub-struktur I

### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	594,871	2	297,436	111,065	,000 <sup>b</sup>
Residual	259,769	97	2,678		
Total	854,640	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan pengunjung

b. Predictors: (Constant), Atribut produk wisata, *Electronic word of mouth*

## Hasil Uji F Sub-struktur II

### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	115,812	3	38,604	42,505	,000 <sup>b</sup>
Residual	87,188	96	,908		
Total	203,000	99			

a. Dependent Variable: *Revisit Intention*

b. Predictors: (Constant), Kepuasan pengunjung, *Electronic word of mouth*, Atribut produk wisata

## Hasil Uji t Sub-struktur I

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,483	1,264		-,382	,703
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	,063	,038	,126	1,652	,102
Atribut Produk Wisata	,322	,033	,744	9,795	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

## Hasil Uji t Sub-struktur II

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,652	,737		2,241	,027
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	,078	,023	,317	3,447	,001
Atribut Produk Wisata	-,050	,027	-,238	-1,858	,066
Kepuasan Pengunjung	,349	,059	,716	5,898	,000

1. Dependent Variable: *Revisit Intention*

Sumber : Data Primer diolah Penulis (2020)



**Lampiran 7**

**Foto dan Dokumen Pendukung**







## PERHUTANI

Nomor : 360/001.6/Um/KBM-Ecotourism  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Penelitian

Bandung, 09 Desember 2019

Kepada Yth :  
Dekan Universitas Sangga Buana  
di -

### **TEMPAT**

Memperhatikan surat saudara nomor SK-27/ADBIS-A1/XII/2019 tanggal 3 Desember 2019 perihal Permohonan Izin Penelitian, bersama ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya kami tidak keberatan atas pelaksanaan kegiatan tersebut yang akan dilaksanakan di Cluster Ciwidey, dengan ketentuan :


1. Melaksanakan kegiatan dengan aman tertib sesuai peraturan yang berlaku di lokasi.
2. Segala bentuk biaya kegiatan menjadi tanggung jawab yang bersangkutan dengan ketentuan reduksi tiket masuk perorangan sebesar 100% (diluar tiket ontang-anting Kawah Putih).
3. Untuk pelaksanaannya agar berkoordinasi dengan :  
Cluster Manager Ciwidey : Bpk. Isal Putrajaya / CP : 081325124100
4. Surat ijin ini hanya berlaku selama kegiatan pada bulan Desember 2019 s.d Januari 2020 yang dilaksanakan oleh :

Nama : Tri Mulyati  
NPM : 3111161024  
Semester : VIII (delapan)  
Judul Penelitian : Pengaruh e-WOM dan Atribut Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung serta Dampaknya terhadap Revisit Intention

5. Agar menyerahkan copy hasil penelitian kepada KBM Ecotourism Perhutani Jl. Soekarno Hatta No.628 Bandung.

Demikian untuk menjadi maklum.

General Manager,

  
Agus Mashudi, S.Hut  
PHT.19690805199609100

### Tembusan Kepada Yth :

1. Segenap Manager
2. Cluster Manager Ciwidey
3. Segenap DM Cluster Ciwidey

KBM ECOTOURISM  
Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat & Banten  
Jl. Soekarno - Hatta No. 628 Km. 14 Bandung 40292  
T : +62 22 7808996  
F : + 62 22 63726058