

**PENGARUH PRODUK WISATA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
MELALUI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Pengunjung Pantai Pangandaran)**



SKRIPSI

ASEP RAHMAT TARYADI

1602010320

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PRODUK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (E-WOM)* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Pengunjung Pantai Pangandaran)



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen S1**

Oleh :

ASEP RAHMAT TARYADI

1602010320

Diperiksa dan disetujui oleh

Pembimbing



M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si

NIP/NIK. 2160159

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asep Rahmat Taryadi
NIM : 1602010320
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 28 Januari 2019

Yang membuat pernyataan



Asep Rahmat Taryadi




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Asep Rahmat Taryadi
NIM : 1602010320
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul : PENGARUH PRODUK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si ()
Anggota 1 : Hj. Herni Justiana Astuti, SE, M.Si, Ph.D ()
Anggota 2 : Purnadi, S.E., M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 28 Januari 2020

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Akhmad Darmawan, SE, M.Si.

NIK/NIP. 2160148

MOTTO

“Orang yang pesimis selalu melihat kesulitan di setiap kesempatan, tapi orang yang optimis selalu melihat kesempatan dalam setiap kesulitan”

(Ali Bin Abi Thalib)

“If you are grateful, I will give you more”

(QS. Ibrahim: 7)

“Perhatikan pikiranmu, karena ia akan menjadi perbuatan. perhatikan perbuatanmu, karena ia akan menjadi kebiasaan. Perhatikan kebiasaanmu karena ia akan menjadi watak. Dan perhatikan watakmu karena ia akan menentukan nasibmu”

(Ibnu Qayyim)

“Berada dalam kecepatan membuat kita melewatkan banyak hal, sementara berjalan lebih lambat artinya memilih kemungkinan untuk melihat lebih banyak”

(Keenan Pearce)

“Don't be a parrot in life, be an EAGLE. A parrot talks way too much but can't fly high but an eagle is silent and has the power to touch the sky”

(House of Leaders)

“Bila kamu berpikir kamu bisa, maka kamu benar. Jika kamu berpikir tidak bisa, kamu pun benar. Karena itu jika ada yang berpikir tidak bisa, ia telah membuang kesempatan untuk menjadi bisa”

(Henry Ford)

“Kehidupan ini seimbang, Tuan. Barangsiapa hanya memandangi pada keceriannya saja, dia orang gila. Barangsiapa memandangi pada penderitaannya saja, dia sakit”

(Pramoedya Ananta Toer)

PERSEMBAHAN



*Dengan mengucapkan Basmallah dan syukur, kupersembahkan
skripsi penuh perjuangan ini kepada :*

Bapakku H. Rato, Ibuku Hj. Sajoh,

*Terima kasih atas setiap lantunan doa dan tetesan keringat yang tak bisa
terhitung, semoga Allah memberkahi dan mengganti segalanya.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberi banyak nikmat yang tidak bisa kita hitung satu demi satu. Salah satunya adalah nikmat masih diberi waktu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, “Pengaruh Produk Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Melalui *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* sebagai Variabel Intervening”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah banyak memberikan berkah dan rahmat kepada saya melalui kesehatan, semangat, dan inspirasi yang membuat saya terus bekerja keras untuk mencapai hasil terbaik;
2. Dr. Anjar Nugroho, M.S.I., M.H.I, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
3. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
4. Hermin Endratno, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
5. M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si selaku pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

6. Hj. Herni Justiana Astuti, SE,M.Si.Ph.D selaku penguji I yang telah memberi kritik serta saran dalam penulisan skripsi ini.
7. Purnadi, S.E., M.Si selaku penguji II yang juga telah memberikan kritik serta saran dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memperlancar dan membantu sampai terciptanya skripsi ini.
9. Untuk ayah H. Rato, sosok lelaki yang dengan sabar menasehati serta memberi dukungan moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Ini sebagai sedikit pembukti bahwa anaknya mampu dibanggakan dan selalu ingin mempersembahkan yang terbaik untukmu.
10. Ibu Hj. Sajoh, sosok wanita super yang cinta dan sayangnya tak terbatas untuk anaknya ini. Atas doa dan dukungannya, penulis dapat menyelesaikan kuliah tepat waktu. Semoga ayah dan ibu diberi umur panjang sehingga dapat melihat anak-anaknya sukses dan mampu sedikit membalas dari apa yang telah ayah dan ibu berikan kepada anak-anaknya.
11. Kakak-kakak, keluarga, dan kerabat terdekat saya, terima kasih atas setiap dukungan, semangat, dan kepedulian yang telah diberikan selama ini.
12. Nurul Azmi Khaerunnisa sebagai rekan kerja dan partner terbaik dalam segala situasi terimakasih atas segala doa, dukungan, dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
13. Sahabat-sahabat JKI (Jamaah Kost Indonesia) : Sasul, Dana, Kepps, Mandra, Aedi, Doso, Danday, Gembul, Alfin, Eggh, Zio, Uceng, Okta, Iqbal, Sufreakno, Wagyu, Dwiki yang selalu memberi semangat, dukungan, dan hiburan.
14. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen S1 Angkatan 2016 khususnya Kelas Manajemen F yang telah menemani berjuang dari awal
15. Teman-teman konsentrasi pemasaran angkatan 2016 yang telah banyak membantu dan saling mengajarkan banyak hal.
16. Teman-teman terdekat lainnya yang telah memberikan dukungan dan kepeduliannya saya ucapkan terimakasih

17. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu demi satu yang telah memberi bantuan serta semangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu dan mendoakan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 28 Januari 2020

Penulis,



Asep Rahmat Taryadi



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asep Rahmat Taryadi
NIM : 1602010320
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalt-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

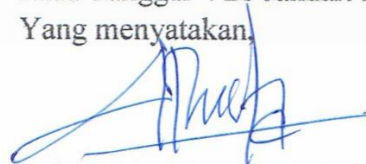
**PENGARUH PRODUK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (E-WOM)* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Pengunjung Pantai Pangandaran)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinfomatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 28 Januari 2019
Yang menyatakan,



Asep Rahmat Taryadi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	x
Daftar Isi	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pemikiran.....	30
D. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Populasi dan Sampel	41
C. Sumber Data.....	43
D. Variabel Penelitian	43

E. Definisi Operasional.....	44
F. Metode Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Hasil Penelitian	54
1. Gambaran Umum Objek Wisata Pantai Pangandaran.....	54
2. <i>Response Rate</i>	54
3. Gambaran Umum Responden.....	56
4. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	58
5. Uji Model Struktural (<i>Inner model</i>)	64
B. Pembahasan	68
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Keterbatasan Penelitian.....	81
C. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 Konstruk Indikator Refleksif.....	49
Gambar 3.2 Kerangka Diagram Jalur.....	51
Gambar 4.1 Uji Model Keputusan Berkunjung	64



DAFTAR TABEL

Tabel 3.4	Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1	Evaluasi Model Pengukuran	53
Tabel 4.1	Response Rate.....	55
Tabel 4.2	Karakteristik Responden.....	56
Tabel 4.3	Convergent Validity (Loading Factor) pada putaran 1	59
Tabel 4.4	Nilai Composite Reliability dan AVE pada putaran 1	60
Tabel 4.5	Covergent Validity (Loading Factor) pada putaran 2	61
Tabel 4.6	Nilai Composite Reliability dan AVE pada putaran 2	62
Tabel 4.7	Covergent Validity (Loading Factor) pada putaran 3	63
Tabel 4.8	Nilai Composite Reliability dan AVE pada putaran 3	63
Tabel 4.9	Hasil Analisis Hipotesis Pengaruh Langsung	65
Tabel 4.10	Hasil Analisis Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	67
Tabel 4.11	nilai rata- rata variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	69
Tabel 4.12	nilai rata- rata variabel Kualitas Pelayanan	71
Tabel 4.13	nilai rata- rata variabel Produk Wisata	73
Tabel 4.14	nilai rata-rata variabel Keputusan Berkunjung	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 2	Response Rate	101
Lampiran 3	Data Identitas Responden.....	102
Lampiran 4.	Data Responden Variabel Produk Wisata.....	105
Lampiran 5	Data Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	108
Lampiran 6	Data Responden Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	111
Lampiran 7	Data Responden Variabel Keputusan Berkunjung.....	114
Lampiran 8	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Putaran 1.....	117
Lampiran 9	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Putaran 2.....	119
Lampiran 10	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Putaran 3.....	121
Lampiran 11	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	123
Lampiran 12	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	124
Lampiran 13	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	125
Lampiran 14	Hasil Analisis Hipotesis Pengaruh Langsung	126
Lampiran 15	Hasil Analisis Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	127
Lampiran 16	T Tabel	128

**PENGARUH PRODUK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (E-WOM)* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Pengunjung Pantai Pangandaran)**

Asep Rahmat Taryadi¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
aseprahmat1602010320@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
amif_ump@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk wisata dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung melalui *electronic word of mouth* di objek wisata Pantai Pangandaran. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi pada penelitian ini merupakan wisatawan objek wisata Pantai Pangandaran dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Uji analisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* pendekatan *Partial Least Square (PLS)* yang mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap *electronic word of mouth* serta produk wisata berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Temuan lainnya mengindikasikan bahwa produk wisata berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *electronic word of mouth*, kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung, serta *electronic word of mouth* tidak memediasi pengaruh produk wisata dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung

Kata Kunci : Keputusan Berkunjung, Produk Wisata, Kualitas Pelayanan, dan *Electronic Word of Mouth*

THE EFFECT OF TOURISM PRODUCTS AND SERVICE QUALITY OF VISITING DECISIONS THROUGH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) AS INTERVENING VARIABLES

(Study of Pangandaran Beach Visitors)

Asep Rahmat Taryadi¹

**Economics and Business Faculty
University Muhammadiyah of Purwokerto
aseprahmat1602010320@gmail.com**

M. Agung Miftahuddin²

**Economics and Business Faculty
University Muhammadiyah of Purwokerto
amif_ump@yahoo.com**

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of tourism products and service quality on visiting decisions through electronic word of mouth in Pangandaran Beach attractions. This type of research is explanatory research, with data collection techniques through questionnaires. The population in this study is tourist attraction Pangandaran Beach with a total sample of 95 respondents and the sampling technique using purposive sampling method. Test analysis using Structural Equation Modeling (SEM) approach Partial Least Square (PLS) which indicates that service quality has a significant positive effect on electronic word of mouth and tourism products have a significant positive effect on visiting decisions. Other findings indicate that tourism products have a positive insignificant effect on electronic word of mouth, service quality and electronic word of mouth have a positive insignificant effect on visiting decisions, and electronic word of mouth does not mediate the effect of tourism products and service quality on visiting decisions

Keywords: Visiting Decisions, Tourism Products, Service Quality, and Electronic Word o