

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*
DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI
GILI TRAWANGAN, LOMBOK, NUSA TENGGARA BARAT**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Strata-1



Disusun oleh:

Azzahra Intan Shavira

201822492

**PROGRAM STUDI (S1) - STUDI DESTINASI PARIWISATA
JURUSAN KEPARIWISATAAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2022**

**Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (EWOM) dan Citra
Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Gili Trawangan, Lombok,
Nusa Tenggara Barat**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata di
Program studi Studi Destinasi Pariwisata, Jurusan Kepariwisataan
Politeknik Pariwisata NHI Bandung**

Oleh

Azzahra Intan Shavira

201822492

Program Studi (S1) - Studi Destinasi Pariwisata

Jurusan Kepariwisataan

Politeknik Pariwisata NHI Bandung

LEMBAR PENGESAHAN

Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-Wom)* dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Gili Trawangan, Lombok, Nusa Tenggara Barat

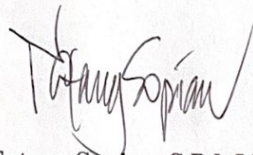
NAMA : Azzahra Intan Shavira

NIM : 201822492

JURUSAN: Kepariwisataan

PROGRAM STUDI : Studi Destinasi Pariwisata

Pembimbing I



Tatang Sopian, S.Pd.,M.Hum.

NIP. 197010092006051005

Pembimbing II

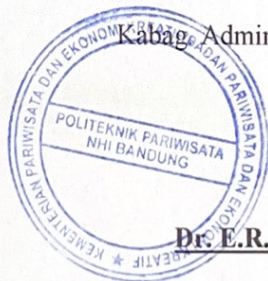


Odang Permana, SE., M.E.

NIP.-

Bandung, 4 Juli 2022

Mengetahui



Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama,

Dr. E.R. Umni Kalsum, M.M.Par., CHM., CHRMP

NIP. 19730723 199503 2 001

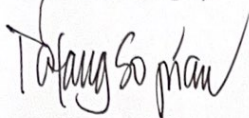
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

**NALISIS PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN CITRA DESTINASI TERHADAP
KEPUASAN WISATAWAN DI GILI TRAWANGAN, LOMBOK, NUSA TENGGARA BARAT**

NAMA : AZZAHRA INTAN SHAVIRA
NIM : 201822492
PROGRAM STUDI : STUDI DESTINASI PARIWISATA

Pembimbing I,



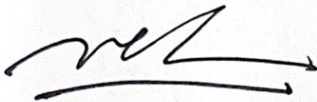
Tatang Sopian, S.Pd., M.Hum.
NIP. 19701009 200605 1 005

Pembimbing II,



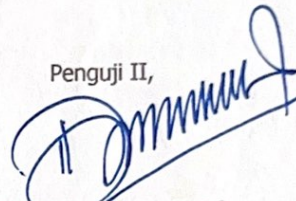
Odang Permana, SE., M.E
NIP. -

Penguji I,



Drs, Renalmon Hutahaean, M.M
NIP. 19591208 1986603 1 001

Penguji II,



Dr. Riadi Darwis, M.Pd.
NIP. 19660124 199203 1 001

Bandung, 6 September 2022

Mengetahui,

**Kepala Bagian Administrasi Akademik
Kemahasiswaan dan Kerja Sama**

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.
19730723 199503 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP. 19710506 199803 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Azzahra Intan Shavira
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 13 Januari 2000
NIM : 201822492
Program Studi : Studi Destinasi Pariwisata
Jurusan : Kepariwisataan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul: "**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAAN WISATAWAN DI GILI TRAWANGAN, LOMBOK, NUSA TENGGARA BARAT**" ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 28 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Azzahra Intan Shavira
IM: 201822492

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi saya dengan judul “**Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Gili Trawangan, Lombok, Nusa Tenggara Barat**” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi, Studi Destinasi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini banyak hambatan serta tantangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat penulis lalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Pak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Endah Trihayuningtyas M.M.Par selaku Ketua Jurusan Kepariwisataaan.
3. Bapak Tatang Sopian, S.Pd.,M.Hum. selaku dosen pembimbing 1 yang selalu mengarahkan secara bijaksana serta memberikan ilmu dan membimbing secara sabar hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Odang Permana, M.E., selaku dosen pembimbing 2 yang selalu mengarahkan secara bijaksana serta memberikan ilmu dan membimbing secara sabar hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Para dosen Program Studi Studi Destinasi Pariwisata yang telah memberi ilmu selama penulis masih mengikuti proses perkuliahan.
6. Pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Utara atas bantuan dan arahnya selama penelitian berlangsung
7. Keluarga tercinta mama, papa, kausar dan memem yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis dalam segala situasi
8. Bapak Irwan Tamrin yang memberikan dukungan dan arahan atas ilmu yang tak terbatas.

9. Yang terkasih Moehamad Firdaus Purwanto, selalu memotivasi saya dan membantu dikala suka maupun duka untuk menyelesaikan skripsi ini
10. Para sahabat setia Clavia Evelyn Giantri, M. Richard Oktaviano, dan Ranaila Alessadira yang selalu ada dalam suka maupun duka selama penulis menyusun skripsi.
11. Teman-teman Studi Destinasi Pariwisata 2018 khususnya kelas SDP B yang turut berjuang dalam mengerjakan proposal skripsi dan telah memberikan dukungan moril kepada penulis. Semoga apa yang kita semua kerjakan mendapat kelancaran sampai selesai
12. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah membantu memberikan dukungan dan arahan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Terdapat banyak aktivitas e-WOM berupa video, foto, dan komentar tentang Gili Trawangan, Lombok, Nusa Tenggara Barat namun banyaknya perbedaan komentar positif dan negatif membuat kekeliruan citra yang beredar di kalangan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *Electronic word of mouth* dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di Gili Trawangan, Lombok, Nusa Tenggara Barat. Analisis ini menggunakan variabel independen *electronic word of mouth* dan citra destinasi, serta kepuasan wisatawan sebagai variabel dependen. Sampel penelitian ini adalah wisatawan yang telah mengunjungi Gili Trawangan, Lombok, Nusa Tenggara Barat dan yang aktif menggunakan internet.

Sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner disebarkan langsung ke responden sebanyak 141 orang. Metode statistik menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *electronic word of mouth* berpengaruh secara positif dan significant terhadap kepuasan wisatawan, variabel citra destinasi berpengaruh secara positif dan significant terhadap kepuasan wisatawan, dan *electronic word of mouth* dan citra destinasi secara bersama – sama berpengaruh significant terhadap kepuasan wisatawan.

Kata kunci: *electronic word of mouth*, citra destinasi, kepuasan wisatawan.

ABSTARCT

There are some e-WOM activities in the form of videos, photos, and comments about Gili Trawangan, Lombok, West Nusa Tenggara but the many differences in positive and negative comments create a false image circulating among tourists. This study aims to examine the effect of electronic word of mouth and destination image on tourist satisfaction in Gili Trawangan, Lombok, West Nusa Tenggara. This analysis uses the independent variables electronic word of mouth and destination image, as well as tourist satisfaction as the dependent variable. The sample of this research is tourists who have visited Gili Trawangan, Lombok, West Nusa Tenggara and are actively using the internet.

The sample was carried out by purposive sampling method. Data was collected by using questionnaires distributed directly to 141 respondents. Statistical method using Multiple Linear Regression Analysis. The results of this study indicate that the electronic word of mouth variable has a positive and significant effect on tourist satisfaction, the destination image variable has a positive and significant effect on tourist satisfaction, and electronic word of mouth and destination image together have a significant effect on tourist satisfaction.

Keywords: *electronic word of mouth, destination image, tourist satisfaction*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN MAHASISWA	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Keterbatasan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	14
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Kajian Teori.....	15
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pemikiran	26
D. Hipotesis Penelitian	27
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN	28
A. Desain Penelitian	28
B. Obyek Penelitian	34
C. Populasi dan Sampling	34
D. Metode Pengumpulan Data	37
E. Definisi Operasional Variabel.....	39
F. Analisis Data	41
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48

A.	Hasil Penelitian dan Pembahasan Gambaran Umum Destinasi Wisata .	48
B.	Hasil Penelitian dan Pembahasan Karakteristik Responden	49
C.	Hasil Penelitian dan Pembahasan Analisis Pengolahan Data.....	55
BAB V	66
SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN	66
A.	Simpulan.....	66
B.	Implikasi	67
C.	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Promosi Gili Trawangan melalui media berita	3
Gambar 1.2: Strategi Pemulihan Ekonomi dan Pariwisata di Gili Trawangan.....	3
Gambar 1.3: Komentar Negatif tentang kondisi Gili Trawangan	4
Gambar 1.4: Ulasan wisatawan terkait catcalling yang dialami di Gili Trawangan	4
Gambar 1.5: Ulasan wisatawan di travel platform mengenai catcalling.....	4
Gambar 1.6: Ulasan positif wisatawan terkait keindahan alam Gili Trawangan....	5
Gambar 1.7: Konten kreatif dari user @awkarin tentang keindahan Gili Trawangan.....	5
Gambar 1.8 : Data kunjungan wisatawan ke Gili Trawangan tahun 2019.....	6
Gambar 1.9 : Data kunjungan wisatawan ke Gili Trawangan tahun 2020.....	6
Gambar 1.10: Data kunjungan wisatawan ke Gili Trawangan tahun 2021.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	26
Gambar 4.1: Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas	62
Gambar 4.2: Uji Autokorelasi	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Temuan dan Perbandingan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Matrik Operasional Variabel.....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Berkunjung.....	52
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Situs Internet Yang Sering Digunakan	53
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membuka Internet Tersebut.....	54
Tabel 4. 6 Uji Normalitas.....	55
Tabel 4. 7 Tabel Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4. 8 Tabel Uji Autokorelasi.....	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji F.....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	59

DAFTAR PUSTAKA

- Aliman et al. (2014). Tourist Expectations, Perceived Quality and Destination Image: Effects on Perceived Value and Satisfaction of Tourists Visiting Langkawi Island, Malaysia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Asia*, 2(3), 212-222.
- Amstrong, K. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Sebuah Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baloglu, & Brinberg. (1997). Affective Image of Tourism Destination. *Journal of Travel Research*, 35(4), 11-15.
- Charo, N. e. (2015). Determining The Impact of eWOM on Brand Image and Purchase Intention Through Adoption of Online Opinions. *International Journal of Humanities and Management Sciences*, 41-46.
- Del, B., & Martin, H. (2008). Tourist Satisfaction a Cognitive-Affective Model. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 551-573.
- Dellarocas, C., Zhang, X., & Awad, N. (2007). Exploring The Value Of Online Product Reviews In Forecasting Sales: The Case Of Motion Pictures. *Journal of Interactive Marketing*, 21(4), 23-45.
- Diposumarto, Purwanto, & Ramdan. (2015). Analysis of Tourism Destination Image and Promotion Through Social Media Towards Purchasing Decision for Bali Tourism Product by Foreign Tourist. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(5), 175.
- Echtner, C., & Ritchie, J. (2003). The Meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal of Tourism Studies*, 14, 37-48.
- Echtner, C., & Ritchie, J. (2003). The Meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal of Tourism Studies*, 37-48.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Martico. (2010). e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 4-53.
- Gunn, & Khairani, M. (2009). Analisis Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Pembentukan Citra Daerah Tujuan Wisata : Studi Kasus Wisatawan

- Nusantara Yang Berwisata Ke Yogyakarta Periode 2007-2009. *Skripsi*, Universitas Indonesia.
- Istijanto. (2006). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jalilvand, R., & Samiei, N. (2012). The Effect of Electronic Word of Mouth On Brand Image and Purchase Intention (An Empirical Study In The Automobile Industry in Iran). *Journal Marketing Intellegence & Planning*, 30(4), 460-476.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control (9th ed.)*. USA: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. England, Edinburgh Gate: Pearson Education Limited. Diambil kembali dari www.pearsonglobaleditions.com
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2007). *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis*. Yogyakarta: UPP STKIM YKPN.
- Lee, Park, & Han. (2008). EWOM Overload And Its Effect On Consumer Behavioral Intention Depending On Consumer Involvement. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(4), 386 - 398.
- Narimawati, U. (2010). *Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Penerbit Genesis.
- Paludi, S. (2016). *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan*. Jakarta: Tesis Institut Bisnis Nusantara.
- Pasaribu, K., & Yulawati. (2019). Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 2(2), 99-112.
- Pasaribu, K., & Yulawati, Y. (2019). Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Konsumen. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 99-112.
- Philip Kotler, G. M. (2010). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Pollach, I. (2006). Electronic Word-of-Mouth: A Genre Approach To Consumer Communities. *International Journal of Web Based Communities*, 4(3), 284-301.

- Rajesh. (2013). Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model. *Revista de Tourism y Patrimonio Cultural*, 11(3), 67-78.
- Sani, A., & Maharani, V. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuisisioner Dan Analisis Data)*. Malang: UIN Maliki Press.
- Setiawan, P. Y. (2014, Januari 1). The Effect of e-WOM on Destination Image, Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Business and Management Invention*, 3(1), 27-30.
- Settoon, R., Bennet, N., & Liden, R. (1996). Social Exchange in Organizations: Perceived Organizational Support, Leader-Member Exchange, and Employee Reciprocity. *Journal of Applied Psychology*, 81(1), 219-227.
- Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & other aspects of Integrated Marketing Communication, 8th Edition*. South-Western: Cengage Learning.
- Singarimbun, M., & Sofian, E. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Thadani, C. &. (2012). The Effectiveness of Electronic Word-of-Mouth Communication. *BLED 2010 Proceedings*, 11(2), 329 - 345.
- Thurau, T. H., Gwinner, K., Walsh, G., & Gremler, D. (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.
- Wibowo, A. S. (2016). *Pengaruh Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs di Kota Bekasi* 4(2). Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayan.

Zarrad, H., & Debabi. (2015). Analyzing the Effect of Electronic Word of Mouth on Tourists' Attitude toward Destination and Travel Intention. *International Research Journal of Social Sciences*, IV(4), 53-60.

Zeithaml, V., & Bitner, M. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. 2nd Edition. Boston: McGraw-Hill.

Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm (5th ed.)*. Singapore: McGraw Hill and Irwin.

Berita

Destryawan, Kemenparekraf: MotoGP Jadikan Lombok Destinasi Pariwisata Dunia. Diakses pada 8 Maret 2022 dari <https://www.tribunnews.com/bisnis/2022/03/01/kemenparekraf-motogp-jadikan-lombok-destinasi-pariwisata-dunia>

Henry, Masa Depan Pariwisata Lombok Usai Gelar MotoGP Mandalika 2022. Diakses pada 8 Maret 2022 dari [Masa Depan Pariwisata Lombok Usai Gelar MotoGP Mandalika 2022 - Lifestyle Liputan6.com](#),