

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) DAN
PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
KE JAKABARING SPORT CITY**



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma IV Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh :

**Nama : Aris Wisnu Wardhana
NIM : 061940612069**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2023**

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) DAN
PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
KE JAKABARING SPORT CITY**




SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma IV Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

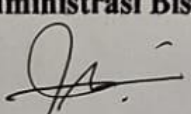
Disusun Oleh :

**Nama : Aris Wisnu Wardhana
NIM : 061940612069**

Pembimbing I

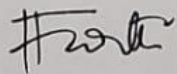

**Munparidi, S.E., M.Si
NIP 195901011989031006**

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**


**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB.
NIP 197602222002121001**

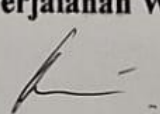
Menyetujui,

**Palembang, Agustus 2023
Pembimbing II**


**Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M
NIP 197504212001122001**

Menyetujui,

**Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata**


**Yulia Pebrianti, S.E.I, M.Si
NIP 198602262015042003**

LEMBAR PENYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aris Wisnu Wardhana

NPM : 061940612069

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) Dan Promosi
Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Jakabaring
Sport City

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya saya sendiri dan seluruh ide, pendapat serta materi dari sumber lain ini telah saya kutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Palembang, Agustus 2023

Penulis



Aris Wisnu Wardhana

LEMBAR PENGESAHAN

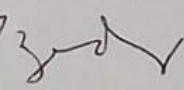

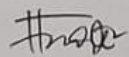
Nama : Aris Wisnu Wardhana
NIM : 061940602069
Jurusan/ Program Studi : Administrasi Bisnis/ Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM)
Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan
Berkunjung Ke Jakabaring Sport City

Telah dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Ujian Skripsi
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Dan dinyatakan LULUS

Pada hari :

Tanggal :

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	A.Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M		25/8/2022
2	Fetty Maretha, S.E., M.M		18/8/23
3	Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M.		21/8/23

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Saat kita berada di situasi sulit ingatlah bahwa kita bukan satu-satunya yang merasakan, melainkan semua orang yang ada di dunia ini bahkan ada yang merasakan lebih dari kita”

Karya ini Saya persembahkan untuk :

1. Kedua Orang Tua ku, kedua Kakak ku, dan orang yang kusayangi yang tak pernah lelah memberikan semangat serta dukungan.
2. Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala kemampuan dan dapat selesai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Jakabaring Sport City”**.

Tujuan penelitian skripsi ini adalah mengetahui dua faktor pengaruh *electronic word of mouth* dan promosi media sosial terhadap keputusan berkunjung ke Jakabaring *Sport City* Kota Palembang secara langsung dan tidak langsung (uji jalur). Penulisan skripsi ini disusun berdasarkan hasil survei yang dilakukan secara langsung kepada wisatawan yang pernah mengunjungi Jakabaring *Sport City* Kota Palembang sebanyak 126 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *electronic word of mouth* dan promosi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Penulisan skripsi ini menjadi bagian tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat gelar Sarjana Terapan di Politeknik Negeri Sriwijaya. Penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini begitupun dengan skripsi ini, baik dari segi penggunaan bahasa maupun isi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan dan saran untuk penyempurnaan skripsi yang telah dibuat.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

UCAPAKAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, MT., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Munparidi, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan bimbingan, pengarahan, inspirasi, dan motivasi serta saran dengan penuh keikhlasan dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
6. Ibu Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, pengarahan, inspirasi, dan motivasi serta saran dengan penuh keikhlasan dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Program Studi Usaha Perjalanan Wisata khususnya.
8. Keluarga, khususnya Ayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungan baik secara moril, materil dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
9. Seorang gadis yang telah meluangkan waktunya untuk mendengarkan keluh dan kesah, berdiskusi serta bertukar canda tawa, juga selalu memberi

keceriaan, semangat, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapatkan limpahan rahmat dan pahala dari Allah SWT. Aamiin.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan promosi media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Jakabaring Sport City Kota Palembang. Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner (google form) dengan total sampel sebanyak 126 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi, uji hipotesis, dan analisis regresi linier berganda. Analisis data diolah menggunakan alat IBM SPSS *Statistics* 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara *electronic word of mouth* dan keputusan berkunjung memiliki hubungan yang kuat, terbukti dengan hasil uji analisis korelasi yang mana nilai r (correlation coefficient) sebesar 0,694 dengan signifikansi 0,000. Sedangkan hubungan antara promosi media sosial dan keputusan berkunjung memiliki hubungan yang sangat kuat, terbukti dengan hasil uji analisis korelasi yang mana nilai r (correlation coefficient) sebesar 0,735 dengan signifikansi sebesar 0,000. Secara simultan *electronic word of mouth* dan promosi media sosial menunjukkan ada hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan berkunjung. Pada uji analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien regresi pada *electronic word of mouth* sebesar 0,211, sedangkan koefisien regresi pada promosi media sosial sebesar 0,193, yang artinya variabel *electronic word of mouth* lebih dominan dalam memengaruhi keputusan berkunjung, dengan demikian pihak Jakabaring Sport City sebaiknya lebih mengedepankan *electronic word of mouth* dalam meningkatkan pengunjung ke Jakabaring Sport City dengan cara menggunakan influencer yang memiliki audiens yang relevan untuk mengajak para pengunjung mengunjungi Jakabaring Sport City dan berbagi pengalaman mereka.

Kata Kunci: e-WOM, Promosi, Media Sosial, Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of electronic word of mouth and social media promotion on tourists' visiting decisions to Jakabaring Sport City, Palembang City. This research is a research with a quantitative approach. Data was collected through a questionnaire (google form) with a total sample of 126 respondents. The data analysis technique used is descriptive data analysis, validity test, reliability test, correlation analysis, hypothesis testing, and multiple linear regression analysis. Data analysis was processed using the IBM SPSS Statistics 26 tool. The results showed that the relationship between electronic word of mouth and visiting decisions has a strong relationship, as evidenced by the results of the correlation analysis test where the value of r (correlation coefficient) is 0.694 with a significance of 0.000. Meanwhile, the relationship between social media promotion and visiting decisions has a very strong relationship, as evidenced by the results of the correlation analysis test where the value of r (correlation coefficient) is 0.735 with a significance of 0.000. Simultaneously, electronic word of mouth and social media promotion show that there is a very strong relationship to the decision to visit. In the multiple linear regression analysis test, the regression coefficient on electronic word of mouth is 0.211, while the regression coefficient on social media promotion is 0.193, which means that electronic word of mouth is more dominant in influencing visiting decisions, thus Jakabaring Sport City should prioritize electronic word of mouth in increasing visitors to Jakabaring Sport City by using influencers who have relevant audiences to invite visitors to visit Jakabaring Sport City and share their experiences.

Keywords: Influence, Promotion, Social Media, Electronic Word Of Mouth

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Teorits.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
1.6 Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pengaruh	10
2.2 Pengertian Promosi	10
2.2.1 Fungsi Promosi.....	11
2.2.2 Tujuan Promosi.....	12

2.2.3 Sasaran Promosi	13
2.3 Promosi WOM (<i>Word of Mouth</i>)	13
2.4 Pengertian e-WOM (<i>Electronic Word of Mouth</i>).....	14
2.4.1 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	14
2.5 Pengertian Media Sosial	15
2.5.1 Macam-macam Media Sosial	16
2.5.2 Jenis-jenis Media Sosial	16
2.6 Promosi Media Sosial	17
2.7 Keputusan Berkunjung.....	18
2.8 Kerangka Berfikir	20
2.9 Hipotesis Penelitian	21
2.10 Penelitian Terdahulu	21

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	24
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	24
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.4 Populasi dan Sampel	25
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.6 Skala Pengukuran.....	27
3.7 Instrumen Penelitian	27
3.8 Teknik Analisis Data	30
3.8.1 Analisis Data Deskriptif	30
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.8.3 Uji Validitas	32
3.8.4 Uji Reliabilitas.....	32
3.8.5 Analisis Korelasi	33
3.8.6 Uji Hipotesis	34
3.8.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	37
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.3	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner	40
4.3.1	Rekapitulasi jawaban Responden tentang Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM) (X_1)	40
4.3.2	Rekapitulasi jawaban Responden tentang Pengaruh Promosi Media Sosial (X_2).....	44
4.3.3	Persentase Jawaban Responden Tentang Kepuasan Berkunjung Wisatawan (Y)	48
4.4	Uji Instrumen Penelitian	51
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.2	Uji Validitas	54
4.4.3	Uji Reliabilitas.....	55
4.4.4	Analisis Korelasi	56
4.4.5	Uji Hipotesis	57
4.4.6	Uji Regresi Linier Berganda.....	61
4.5	Pembahasan.....	63
4.5.1	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Jakabaring Sport City	63
4.5.2	Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Jakabaring Sport City	64
4.5.3	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan	66

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	69

DAFTAR PUSTAKA	71
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	73
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Skala Likert	27
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Dimensi Intensitas	41
Tabel 4.5 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Dimensi Valensi Pendapat	42
Tabel 4.6 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Dimensi Konten.....	43
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Dimensi Perhatian.....	44
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Dimensi Ketertarikan.....	45
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Dimensi Pencarian	46
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Dimensi Aksi	47
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Dimensi Berbagi	48
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Dimensi Faktor Pendorong ...	49
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Dimensi Faktor Penarik	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Instrumen	54
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	55
Tabel 4.19 Hasil Analisis Korelasi	56
Tabel 4.20 Hasil Uji t (parsial).....	57
Tabel 4.21 Hasil Uji F (Simultan).....	60
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
Tabel 4.23 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Pengguna Layanan Internet di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Grafik Pengguna Media Sosial di Indonesia	4
Gambar 1.3 Grafik Google Trend Pencarian Web Jakabaring <i>Sport City</i>	6
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Revisi
- Lampiran 2 : Tanda Persetujuan Revisi
- Lampiran 3 : Surat Rekomendasi Ujian Skripsi
- Lampiran 4 : Surat Permohonan Izin Pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 5 : Surat Izin Pengambilan Data dari Politeknik Negeri Sriwijaya
- Lampiran 6 : Lembar Kesepakatan Bimbingan dengan Pembimbing I
- Lampiran 7 : Lembar Kesepakatan Bimbingan dengan Pembimbing II
- Lampiran 8 : Lembar Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing I
- Lampiran 9 : Lembar Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing II
- Lampiran 10 : Form Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 11 : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 12 : Rekapitulasi Data Hasil Jawaban Kuisisioner oleh Responden
- Lampiran 13 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 14 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 15 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 16 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2), Analisis Linier Berganda
- Lampiran 17 : Frekuensi Identitas Responden
- Lampiran 18 : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 19 : r -tabel, t -tabel, F -tabel
- Lampiran 20 : Dokumentasi