

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP CITRA
DESTINASI DAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KAWASAN WISATA GUNUNG DEMPO**



SKRIPSI

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun oleh :

**Nama : Devita Juni Yanti
NPM : 0614 4061 1818**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2018**

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP CITRA
DESTINASI DAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KAWASAN WISATA GUNUNG DEMPO**



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**Devita Juni Yanti
0614 4061 1818**

Menyetujui,

Pembimbing I,

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

Palembang, 06 Agustus 2018
Pembimbing II,

**Dr. Sari Lestari Z. Ridho, S.E., M.Ed
NIP 197705212006042001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,

**Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., MhumRes.M
NIP 196008061989101001**

Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata,

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

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Devita Juni Yanti
NPM : 0614 4061 1818
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Citra Destinasi dan Minat Berkunjung Wisatawan ke Kawasan Wisata Gunung Dempo

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

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

Palembang, 18 Juli 2018

Penulis,



Devita Juni Yanti
NPM 061440611818

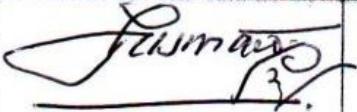
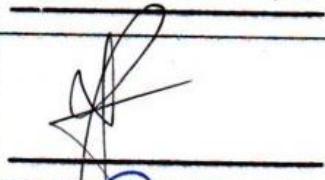
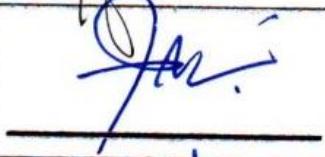
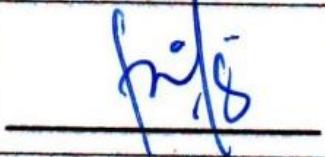
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Devita Juni Yanti
NPM : 061440611818
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Citra Destinasi dan Minat Berkunjung Wisatawan ke Kawasan Wisata Gunung Dempo

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

Pada Hari : Rabu
Tanggal : 25 Juli 2018

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Jusmawi Bustan, S.E., M.Si</u> Ketua		31 JULI 2018
2	<u>Rini, S.E., M.AB</u> Anggota		31 Juli 2018
3	<u>Heri Setiawan, S.E., M.AB</u> Anggota		6 Agustus 2018
4	<u>Fetty Maretha, S.E., M.M</u> Anggota		30 JULI 2018

MOTTO

“Success is the sum of small efforts repeated day in and day out.”

-Robert Collier-

“There’s a difference between interest and commitment. When you’re interested in doing something, you do it only when it’s convenient. When you’re committed to something, you accept no excuses; only results.”

-Kenneth Blanchard-

PERSEMPAHAN

“Setiap detik waktu yang dipergunakan dan goresan tinta ini adalah wujud dari berkah dan kasih yang diberikan Tuhan Yang Maha Esa kepada insannya”

“Setiap pancaran semangat dalam menyelesaikan skripsi ini merupakan hasil getaran doa, dorongan dan dukungan kedua orang tua, saudara, dan orang terkasih yang mengalir tiada henti”

“Setiap makna pokok bahasan pada bab-bab dalam skripsi ini merupakan wujud jasa yang berharga dari dosen pembimbing dan dosen pengajar Jurusan Administrasi Bisnis”

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Citra Destinasi dan Minat Berkunjung Wisatawan ke Kawasan Wisata Gunung Dempo” tepat pada waktunya. Pesatnya kemajuan teknologi dan penggunaan internet menjadikan orang tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka dari mulut ke mulut, sebaliknya mereka berkomunikasi melalui blog, forum diskusi *online*, ruang obrolan, *platform* opini berbasis *web*, dan jejaring sosial. Dengan kemajuan internet, *word of mouth* secara bertahap telah berkembang menjadi *electronic word of mouth*. *Electronic word of mouth* memungkinkan biaya akses yang rendah dan dapat terjadi dalam skala besar yang berpotensi menciptakan dinamika baru di pasar.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung *electronic word of mouth* terhadap citra destinasi dan minat berkunjung, pengaruh langsung citra destinasi terhadap minat berkunjung, dan pengaruh tidak langsung *electronic word of mouth* terhadap minat berkunjung melalui citra destinasi. Penulisan skripsi ini disusun berdasarkan hasil survei yang dilakukan secara *online* kepada masyarakat yang tinggal di kota Palembang dengan sampel berjumlah 155 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu dengan kriteria usia antara 18-35 tahun, pernah melihat konten atau mendapatkan informasi tentang kawasan Gunung Dempo di media sosial dan belum pernah berkunjung ke kawasan Gunung Dempo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh langsung signifikan dan positif terhadap citra destinasi, *electronic word of mouth* berpengaruh langsung signifikan dan positif terhadap minat berkunjung, citra destinasi berpengaruh langsung signifikan dan positif terhadap minat berkunjung, dan *electronic word of mouth* berpengaruh tidak langsung terhadap minat berkunjung melalui citra destinasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu segala saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil, oleh karena-Nya kami ucapkan terima kasih yang tak terhingga. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi penulis, mahasiswa dan akademisi Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata serta para pihak pariwisata yaitu pengelola daya tarik wisata maupun pemerintah daerah di masa yang akan datang.

Palembang, Juli 2018

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

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

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Divianto, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan serta pengarahan yang sangat berharga selama berlangsungnya penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Sari Lestari Z. Ridho, S.E., M.Ed selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan serta pengarahan yang sangat berharga selama berlangsungnya penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
7. Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan yang telah memberikan sarana informasi.
8. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi.
9. Tinus Feryanto, S.Kom yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi.

10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan dan arahan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat limpahan balasan rahmat dari Tuhan Yang Maha Esa. Amin.

Palembang, Juli 2018

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung *electronic word of mouth* terhadap citra destinasi dan minat berkunjung, pengaruh langsung citra destinasi terhadap minat berkunjung dan pengaruh tidak langsung *electronic word of mouth* terhadap minat berkunjung melalui citra destinasi. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner secara *online* dengan total sampel sebanyak 155 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria yaitu orang yang belum pernah berkunjung ke kawasan Gunung Dempo, kriteria umur antara 18-35 tahun, tinggal di kota Palembang, dan pernah melihat konten tentang objek daya tarik wisata di kawasan Gunung Dempo di media sosial. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap citra destinasi sebesar 81,4% dan memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung sebesar 34,5%, citra destinasi memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung sebesar 40,6%, dan *electronic word of mouth* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap minat berkunjung melalui citra destinasi sebesar 33,05%.

Kata kunci: *electronic word of mouth*, citra destinasi, minat berkunjung

ABSTRACT

This study aims to investigate direct effect of electronic word of mouth on destination image and travel intention, direct effect destination image on travel intention, and indirect effect of electronic word of mouth on travel intention through destination image. The methods of this study used quantitative approach. Data were collected through by online questionnaires with a total sample of 155 respondents. The sampling technique used purposive sampling, with criteria are people who have never been to Dempo Mountain Area, age criteria among 18-35 years old, living in Palembang, and who had seen content regarding tourist attraction of Dempo Mountain Area in social media. Data analysis used descriptive analysis and path analysis with SPSS program. The results of this study showed that: electronic word of mouth has a positive and significant direct effect on destination image of 81,4% and has a positive and significant direct effect on travel intention of 34,5%, destination image has a positive and significant direct effect on travel intention of 40,6%, and electronic word of mouth has an indirect effect on travel intention through destination image of 33,05%.

Keywords: *electronic word of mouth, destination image, travel intention*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pariwisata	12
2.1.1 Definisi Pariwisata	12
2.1.2 Definisi Wisatawan	12
2.1.3 Produk Wisata	12
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.3 Perilaku Konsumen	14
2.3.1 Definisi Perilaku Konsumen	14
2.3.2 Perilaku Konsumen dalam Bidang Jasa	14
2.4 Media sosial	16
2.4.1 Definisi Media Sosial	16
2.4.2 Klasifikasi Media Sosial.....	18

2.4.3	Keunggulan Media Sosial	18
2.5	<i>Word of Mouth</i>	20
2.5.1	Definisi <i>Word of Mouth</i>	20
2.5.2	Motif Keterlibatan Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	20
2.5.3	Karakteristik <i>Word of Mouth</i>	21
2.6	Perbedaan <i>Word of Mouth</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i>	22
2.7	<i>Electronic Word of Mouth</i>	24
2.7.1	Definisi <i>Electronic Word of Mouth</i>	25
2.7.2	Bentuk Komunikasi <i>Electronic Word of Mouth</i>	25
2.7.3	Faktor yang terkait Elemen Komunikasi <i>Electronic Word of Mouth</i>	26
2.7.4	Jenis dan Karakteristik <i>Electronic Word of Mouth</i>	30
2.7.5	Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	32
2.8	Citra Destinasi.....	36
2.8.1	Definisi Citra Destinasi	36
2.8.2	Manfaat Citra Merek/ Citra Destinasi	38
2.8.3	Proses Pembentukan Citra Destinasi.....	39
2.8.4	Dimensi dan Atribut Citra Destinasi	44
2.9	Minat Berkunjung	50
2.9.1	Definisi Minat Berkunjung.....	50
2.9.2	Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung.....	51
2.9.3	Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan pada Era Web 2.0.....	54
2.9.4	Dimensi Minat Berkunjung.....	55
2.10	Penelitian Terdahulu	58
2.11	Kerangka Berfikir.....	70
2.12	Hipotesis.....	72

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	73
3.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	73
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	74
3.3.1	Populasi	74
3.3.2	Sampel	75
3.3.3	Teknik Sampling	76
3.4	Data dan Sumber Data	76
3.4.1	Data Primer	76
3.4.2	Data Sekunder	77

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	77
3.5.1	Wawancara	77
3.5.2	Kuesioner	78
3.5.3	Studi Literatur	78
3.6	Tahap Pengumpulan Data (Kuesioner)	78
3.7	Skala Pengukuran.....	79
3.8	Variabel Penelitian	80
3.9	Definisi Operasional Variabel.....	81
3.10	Teknik Pengujian Instrumen	83
3.10.1	Uji Validitas	83
3.10.2	Uji Reliabilitas.....	84
3.11	Teknik Analisis Data.....	84
3.11.1	Analisis Data Deskriptif	84
3.11.2	Pengujian Asumsi Klasik	86
3.11.3	Analisis Jalur	89

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	97
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	97
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	98
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	99
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	100
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	101
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	102
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	103
4.1.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Media Sosial	104
4.1.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pencarian Informasi Wisata di Media Sosial	105
4.1.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Media Sosial yang digunakan dalam Mencari Informasi wisata.....	106
4.1.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pencarian Informasi.....	107
4.1.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Utama Mencari Informasi Wisata di Media Sosial	108
4.1.13	Karakteristik Responden Berdasarkan Minat Terhadap	

	ODTW di kawasan Gunung Dempo	109
4.2	Analisis Deskriptif	111
4.2.1	Hasil Tanggapan Responden terhadap variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	111
4.2.2	Hasil Tanggapan Responden terhadap variabel Citra Destinasi	119
4.2.3	Hasil Tanggapan Responden terhadap variabel Minat Berkunjung	126
4.3	Pengujian Instrumen.....	130
4.4	Pengujian Asumsi Klasik	132
4.5	Analisis Jalur.....	142
4.5.1	Koefisien Determinasi.....	142
4.5.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	143
4.5.3	Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	144
4.5.4	Koefisien Jalur dan Perhitungan Pengaruh	147
4.5.5	Uji Signifikansi Mediasi.....	150
4.5.6	Ketepatan Model	151
4.6	Pembahasan.....	152
4.6.1	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Citra Destinasi	152
4.6.2	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Berkunjung	157
4.6.3	Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung..	161
4.6.4	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Berkunjung melalui Citra Destinasi	164

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	167
5.2	Saran.....	168

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
Gambar 2.2	Kerangka Elemen Komunikasi EWOM	26
Gambar 2.3	Proses Pembentukan Citra Destinasi	41
Gambar 2.4	Proses Pembentukan Citra Destinasi	41
Gambar 2.5	Atribut Citra Destinasi.....	45
Gambar 2.6	Model Proses Perjalanan pada Era Web 2.0.....	54
Gambar 2.7	Kerangka Berfikir.....	70
Gambar 3.1	Diagram Sub Struktur I	84
Gambar 3.2	Diagram Sub Struktur II	85
Gambar 3.3	Model Diagram Jalur	85
Gambar 4.1	Grafik <i>Normal Probability Plot</i> Persamaan Sub Struktur I.....	134
Gambar 4.2	Grafik <i>Normal Probability Plot</i> Persamaan Sub Struktur II	135
Gambar 4.3	Grafik <i>Scatter Plot</i> Persamaan Sub Struktur I.....	139
Gambar 4.4	Grafik <i>Scatter Plot</i> Persamaan Sub Struktur II	140
Gambar 4.5	Model Analisis Jalur.....	148

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Perbedaan antara Perilaku Konsumen Berkelibatan Tinggi dan Rendah
	16
Tabel 2.2	Faktor-faktor terkait dengan Respon
	27
Tabel 2.3	Faktor-faktor terkait dengan Komunikator.....
	28
Tabel 2.4	Faktor-faktor terkait dengan Stimulus.....
	29
Tabel 2.5	Faktor-faktor terkait dengan Penerima (<i>Receiver</i>)
	30
Tabel 2.6	Jenis <i>Electronic Word of Mouth</i>
	31
Tabel 2.7	Definisi Citra Destinasi
	37
Tabel 2.8	Atribut Citra Destinasi.....
	46
Tabel 2.9	Penelitian Terdahulu.....
	64
Tabel 3.1	Skala Pengukuran
	80
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian
	81
Tabel 3.3	Derajat Penilaian Responden terhadap Variabel
	85
Tabel 3.4	Kriteria Interpretasi Skor
	86
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....
	97
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
	98
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan
	99
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....
	100
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan
	101
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal
	102
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan
	103
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Media Sosial.....
	104
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pencarian Informasi Wisata di Media Sosial
	105
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Media Sosial yang digunakan dalam Mencari Informasi
	106
Tabel 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pencarian Informasi.....
	107
Tabel 4.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Utama Mencari Informasi Wisata di Media Sosial
	108
Tabel 4.13	Karakteristik Responden Berdasarkan Minat Terhadap ODTW di kawasan Gunung Dempo.....
	110
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>
	111

Tabel 4.15	Interpretasi Skor Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	114
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Destinasi	120
Tabel 4.17	Interpretasi Skor Jawaban Responden terhadap Variabel Citra Destinasi	122
Tabel 4.18	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Berkunjung.....	126
Tabel 4.19	Interpretasi Skor Jawaban Responden terhadap Variabel Minat Berkunjung.....	128
Tabel 4.20	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	131
Tabel 4.21	Hasil Uji Reliabilitas	132
Tabel 4.22	Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i> Persamaan Sub Sub Struktur I	133
Tabel 4.23	Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i> Persamaan Sub Sub Struktur II	134
Tabel 4.24	Hasil Uji Linearitas antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Citra Destinasi	136
Tabel 4.25	Hasil Uji Linearitas antara Citra Destinasi dengan Minat Berkunjung	136
Tabel 4.26	Hasil Uji Linearitas antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Minat Berkunjung.....	137
Tabel 4.27	Hasil Uji Multikolinearitas	137
Tabel 4.28	Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan Sub Struktur I.....	138
Tabel 4.29	Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan Sub Struktur II	139
Tabel 4.30	Hasil Uji Autokorelasi Persamaan Sub Struktur I	141
Tabel 4.31	Hasil Uji Autokorelasi Persamaan Sub Struktur II	141
Tabel 4.34	Koefisien Determinasi Persamaan Sub Sub Struktur I.....	142
Tabel 4.35	Koefisien Determinasi Persamaan Sub Sub Struktur II	143
Tabel 4.36	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	144
Tabel 4.37	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t) Persamaan Sub Struktur I.....	145
Tabel 4.38	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t) Persamaan Sub Struktur II	146
Tabel 4.39	Hasil Analisis Jalur Persamaan Sub Struktur I.....	147
Tabel 4.40	Hasil Analisis Jalur Persamaan Sub Struktur II	148
Tabel 4.41	Rekapitulasi Perhitungan Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total.....	149

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Tanda Persetujuan Revisi
- Lampiran 2 Lembar Revisi
- Lampiran 3 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Kartu Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 5 Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi
- Lampiran 6 Surat Kesepakatan Bimbingan Skripsi Pembimbing I
- Lampiran 7 Surat Kesepakatan Bimbingan Skripsi Pembimbing II
- Lampiran 8 Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing I
- Lampiran 9 Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing II
- Lampiran 10 Lembar Hasil Wawancara
- Lampiran 11 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 12 Daftar Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 13 Hasil Rekapitulasi Karakteristik Responden
- Lampiran 14 Hasil Uji Validitas Data
- Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas Data
- Lampiran 16 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 17 Hasil Analisis Jalur
- Lampiran 18 r tabel, t tabel, f tabel dan dw tabel