

**“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN DAYA TARIK TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI BENDHUNG LEPEN MRICAN GIWANGAN
YOGYAKARTA”**



SKRIPSI

Disusun Oleh:

ERRI JAELANI

11180563

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGAJUAN

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

ERRI JAELANI

NIM : 11180563

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erri Jaelani
NIM : 11180563
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

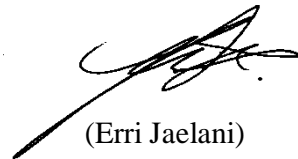
**“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN DAYA TARIK
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI BENDHUNG
LEPEN MRICAN GIWANGAN YOGYAKARTA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 08 Januari 2024

Yang menyatakan



(Erri Jaelani)
NIM.11180563

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *DAYA TARIK*
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI BENDHUNG LEPEN
MRICAN GIWANGAN YOGYAKARTA”**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ERRI JAELANI

11180563

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen.

Pada tanggal, *20. Des. 2013*

Nama Dosen

Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM

(Ketua Tim)

Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min

(Dosen Penguji)

Dr. Ety Istriani, MM

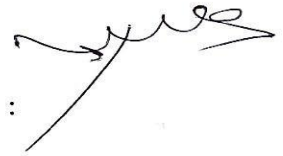
(Dosen Pembimbing)

Yogyakarta, *25. Jan. 2014*

Disahkan Oleh:

Tanda Tangan

: 

: 

: 

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si.,
CSA., CRP

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Elok Pakaryaningsih, S.E., M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul: **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *DAYA TARIK* TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI BENDHUNG LEPEN MRICAN GIWANGAN YOGYAKARTA”**.

Yang penuliskan kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat guna menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, bukan merupakan hasil tiruan maupun duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi lainnya. Terkecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya (terdapat pada jurnal ini).

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiatisme atau tiruan dari karya lain, maka penulis bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar Sarjana.

Yogyakarta, 13 Nov 2023



Erri Jaelani

DUTA WACANA

HALAMAN MOTTO

“Hai anakku, dengarkanlah didikan ayahmu, dan jangan menyia-nyiakan ajaran ibumu”

Amsal 1:8

“Kau harus paham. Bahwa impian adalah hal yang harus di capai”

Boy Candra

“Orang yang meraih kesuksesan tidak selalu orang yang pintar, tapi orang yang selalu meraih kesuksesan adalah orang yang gigih dan pantang menyerah”

Susi Pudjiastuti

“Ketika masalah datang menghampiri, itu artinya Tuhan menyanyangi, bukan membenci. Tuhan hanya menguji keimanan dan kesabaran”

Ariel Noah

“Jika kita terlahir miskin, ini bukanlah kesalahan kita. Tetapi, jika kita meninggal dalam keadaan miskin, maka ini bisa saja menjadi kesalahan kita”

Bill Gates

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai dan memberkati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis dalam setiap doa-doa mereka untuk memberikan semangat sampai pada saat ini.
3. Sanak saudara/i penulis yang telah memberikan semangat dan doa untuk penulis.
4. Dosen pembimbing saya Dra. Ety Istriani, MM yang telah sabar membimbing dan membantu penulis selama menyusun skripsi.
5. Sahabat-sahabat saya sesama perantauan yang di Lv (Doni, Ari, Hardy, Haris, Nando, David)
6. Annisa Pusparini DM yang telah memberi support kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk Maya Erviana Candra orang yang sabar menemani, menentun, dan membantu penulis dalam mengerjakan penelitian ini.
8. Kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak secara langsung dalam menyelesaikan penelitian ini sampai terselesaikan.
9. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri, yang tidak pantang menyerah untuk berjuang sampai akhir sampai akhirnya masalah yang datang dapat terselesaikan. NT
woiiyyyyyyyyyy^^

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menyertai, memberkati dan melindungi dalam segala hal sehingga penullis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN DAYA TARIK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI BENDHUNG LEPEN MRICAN GIWANGAN YOGYAKARTA”**.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini pastinya mengalami berbagai hambatan dan rintangan namun karna adalah bantuan seperti masukan, nasihat, dan motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak sehingga dapat membantu serta memperlancar penyusunan skripsi ini. Maka dari itu dalam kesempatan ini, penulis dengan tulus mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran, M.Si., CSA., CRP., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA,Ph.D., selaku Wakil Dekan 1 Bidang Akademik Manejemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Ibu Dra. Ety Istriani, MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi saran selama ini sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Edy Nugroho, SE., MSc., yang telah membantu penulis dalam melakukan Pengelolaan Data skripsi.
5. Kepada staff dan admin perpustakaan UKDW yang telah membantu penulis dalam melakukan Turnitin Skripsi
6. Kepada para responden yang sudah mengisi kuesioner penelitian sehingga dapat membantu penulis memperoleh data yang kemudian dapat diolah dalam penyusunan skripsi.
7. Orang tua selalu mendoaan agar untuk penulis, memberi semangat, saran dan motivasi untuk terus maju hingga sampai terselesainya penelitian ini.
8. Sahabat-sahabat saya sesama perantauan yang di Lv (Doni, Ari, Hardy, Haris, Nando, David)
9. Untuk Maya Erviana Candra orang yang sabar menemani, menentun, dan membantu penulis dalam mengerjakan penelitian ini.

10. Dan untuk semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya mengucapkan banyak terimakasih.

Yogyakarta, 13 Nov 2023



Erri Jaelani

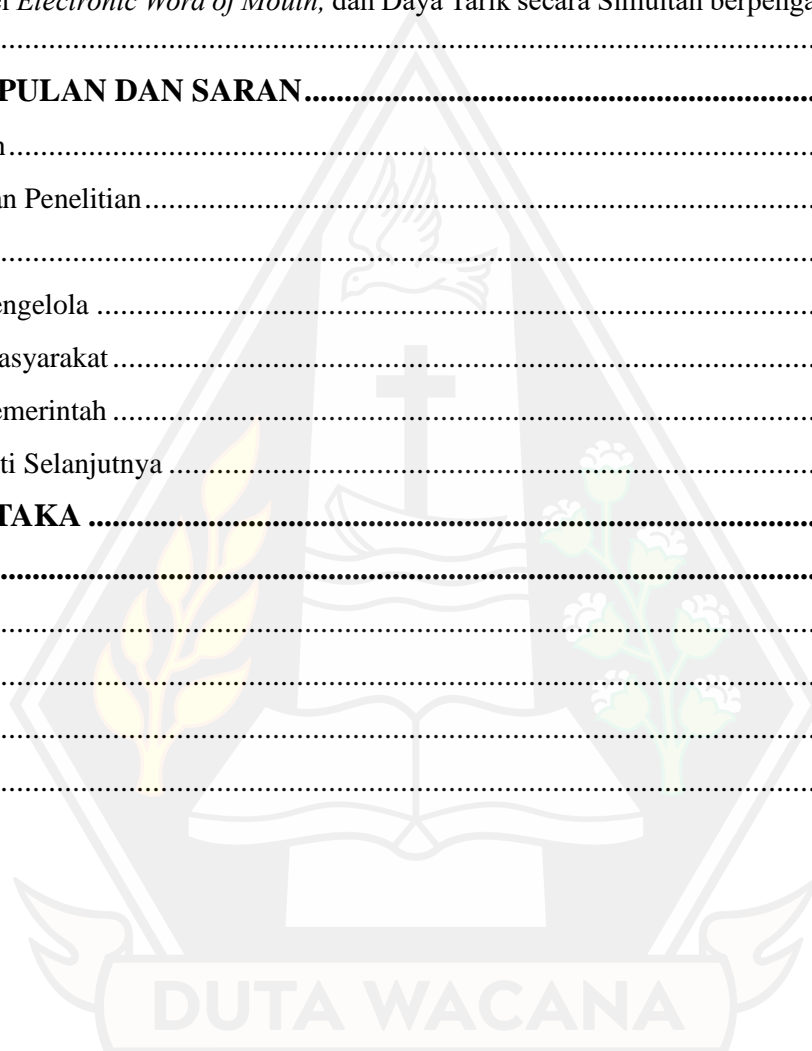


DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kontribusi Penelitian	7
1.5. Batasan Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. <i>Electronic Word of Mouth</i>	8
2.1.2. Daya Tarik	9
2.1.3. Minat Berkunjung.....	12
2.2. Penelitian Terdahulu	13
2.3. Kerangka Penelitian.....	15
2.4. Hipotesis.....	15
2.5. Pengembangan Hipotesis	16
2.5.1. Hubungan Antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Minat Berkunjung	16
2.5.2. Hubungan Antara Daya Tarik dengan Minta Berkunjung	17
2.5.3. Hubungan antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Daya Tاراik Terhadap Minat Berkunjung.....	17
BAB 3 METODA PENELITIAN.....	19

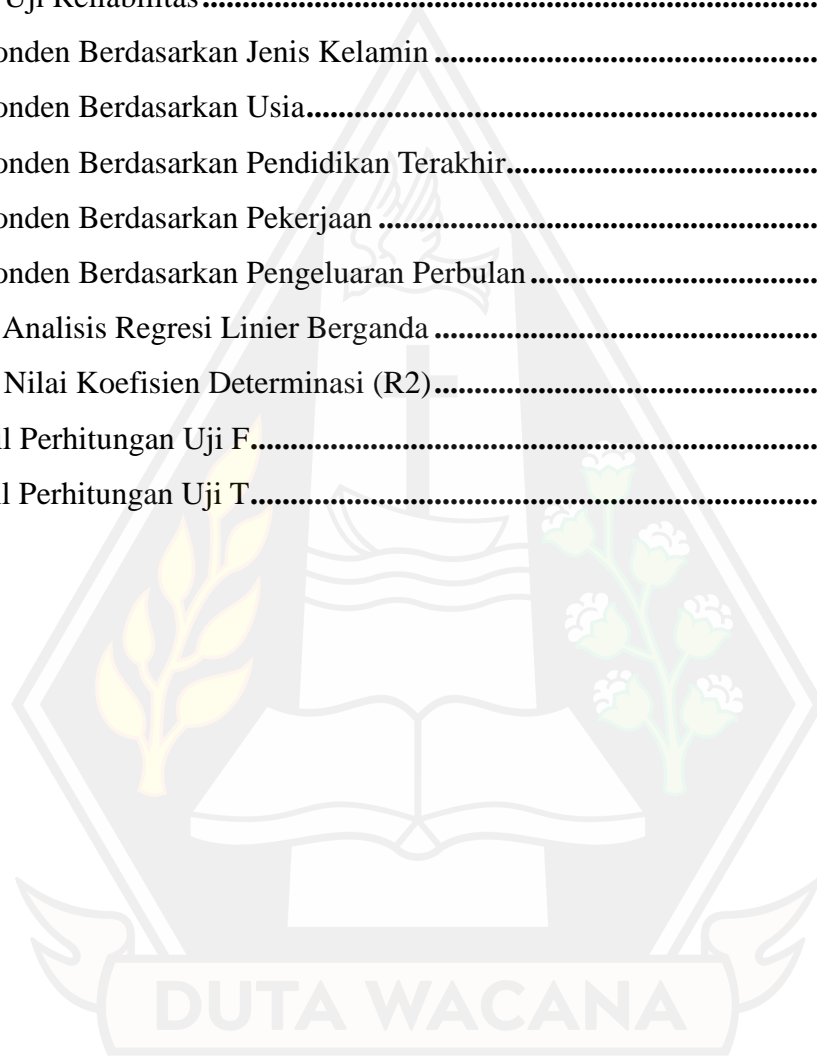
3.1. Data.....	19
3.2. Sumber Data	19
3.2.1. Data Primer.....	19
3.2.2. Data Sekunder.....	19
3.3. Metode Pengumpulan Data	20
3.3.1. Kuisisioner	20
3.4. Populasi dan Sampel.....	20
3.4.1. Populasi.....	20
3.4.2. Sampel.....	20
3.5. Variabel Penelitian.....	21
3.5.1. Variabel <i>Independen</i>	21
3.5.2. Variabel <i>Dependen</i>	22
3.5.3. Definisi Operasional Variabel.....	22
3.6. Pengukuran Variabel.....	24
3.7. Uji Instrumen	25
3.7.1. Uji Validitas	25
3.7.2. Uji Reliabilitas	25
3.8. Metode Analisis Data.....	26
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	26
3.8.2. Analisis Verifikatif.....	27
3.9. Uji Hipotesis	27
3.9.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	28
3.9.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	28
3.9.3. Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	29
3.9.4. Uji Parsial (Uji T).....	29
BAB 4 HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
4.1. Analisis Data.....	30
4.1.1. Hasil Uji Validitas	30
4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	31
4.2. Profil Responden	32
4.3. Hasil Uji Hipotesis	35
4.3.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	35

4.3.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	37
4.3.3. Hasil Uji F	38
4.3.4. Hasil Uji T	39
4.4. Pembahasan	40
4.4.1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Berkunjung	40
4.4.2. Pengaruh Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung	41
4.4.3. Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> , dan Daya Tarik secara Simultan berpengaruh terhadap Minat Berkunjung.....	41
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	43
5.1. Kesimpulan.....	43
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	43
5.3. Saran	43
5.3.1. Bagi pengelola	43
5.3.2. Bagi masyarakat.....	44
5.3.3. Bagi pemerintah	44
5.4. Bagi Peneliti Selanjutnya	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN.....	49
Lampiran 1	49
Lampiran 2	54
Lampiran 3	64
Lampiran 4	70



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	23
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel	24
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	30
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	33
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	34
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	35
Tabel 4.9 Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	37
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Uji F.....	38
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Uji T.....	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian 15



ABSTRAK

“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN DAYA TARIK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI BENDHUNG LEPEN MRICAN GIWANGAN YOGYAKARTA”

ERRI JAELANI

11180563

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email: erri.jaelani@students.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung wisatawan di Bendhung Lepen Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini variabel penelitian ada 2(dua) yaitu, variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth* dan daya tarik sedangkan variabel terikat adalah minat berkunjung. Penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu mereka yang pernah atau sedang berkunjung di Bendhung Lepen Yogyakarta dalam 3(tiga) bulan terakhir. Dan untuk sampel pada penelitian ini sebanyak 100 (seratus) responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan berbagai uji hipotesis yaitu Uji Koefisien Determinasi (R^2) dengan nilai *Adjusted R Square* yaitu 0,678 perubahan terkait variabel minat berkunjung diperjelas oleh variabel *independen*, berarti *electronic word of mouth* dan daya tarik berpengaruh sebesar 67,8% serta sisa 32,2% pengaruh dari variabel lain dari luar variabel yang digunakan. uji t, dan uji F hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *Electronic Word of Mouth* dan Daya Tarik berpengaruh terhadap Minat Berkunjung wisatawan di Bendhung Lepen Yogyakarta baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth, Daya Tarik, Minat Berkunjung*

ABSTRAK

"THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND ATTRACTIVENESS ON TOURIST'S INTEREST VISITING IN BENDHUNG LEPEN MRICAN GIWANGAN YOGYAKARTA"

ERRI JAELANI

11180563

Management Study Program, Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Email: erri.jaelani@students.ukdw.ac.id

ABSTRAK

This study aims to determine the influence of Electronic Word of Mouth and Attractiveness on the Visiting Interest of tourists in Bendhung Lepen Yogyakarta. This research is a quantitative research. In this study, there are 2 (two) research variables, namely, independent variables and dependent variables. The independent variables in this study were electronic word of mouth and attractiveness while the dependent variable was interest in visiting. Determination of samples using the non-probability sampling method, with purposive sampling techniques, namely those who have or are visiting Bendhung Lepen Yogyakarta in the last 3 (three) months. And for the sample in this study as many as 100 (one hundred) respondents. The analysis technique used is Multiple Linear Regression with various hypothesis tests, namely the Coefficient of Determination Test (R²) with an Adjusted R Square value of 0.678 changes related to visiting interest variables clarified by independent variables, meaning electronic word of mouth and attractiveness influence by 67.8% and the remaining 32.2% influence from other variables from outside the variable used. test t, and test F The results of this study explain that Electronic Word of Mouth and Attractiveness affect the Interest of Visiting tourists in Bendhung Lepen Yogyakarta both partially and simultaneously.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Attraction, Visiting Interest

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia ialah negara yang berjenis kepulauan. Masing - masing provinsi pada negara Indonesia mempunyai keberagaman sumber daya alam, kebudayaan, serta aspek historis untuk dilakukan pengembangan dan dijadikan sektor pariwisata yang unggul pada setiap provinsinya. Melalui kunjungan wisatawan menuju setiap provinsi ini maka akan cenderung mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta menjadi sumber devisa pula untuk Negara.

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang jadi unggulan di DI Yogyakarta saat ini, melihat wisatawan yang masuk ke DI Yogyakarta beberapa waktu yang lalu. Membuat DI Yogyakarta menjadi padat di karenakan wisatawan dari luar datang berlibur. DI Yogyakarta merupakan kota dengan pendatang terbanyak di tambah dengan penduduk asli, membuat DI Yogyakarta menjadi kota yang ramai. Dengan bertambahnya penduduk di DI Yogyakarta, masyarakat lokal pun memutar otak dengan memanfaatkan hal tersebut dengan membuka usaha ataupun juga membuat tempat wisata dengan berharap dapat menarik pariwisata.

Tidak heran jika wisatawan yang berkunjung tiap tahun senantiasa mengalami peningkatan, perihal ini disebabkan Yogyakarta mempunyai beragam destinasi wisata yang sudah diketahui para wisatawan baik mancanegara ataupun domestik. Destinasi wisata ini berbentuk wisata alam, sejarah, buatan, kebudayaan, kuliner, religi ataupun wisata-wisata yang lain yang mana seluruh jenis wisata tersebut mampu menarik banyak wisatawan. Terdapat beragam destinasi wisata pada wilayah Yogyakarta yang sudah diketahui oleh wisatawan baik itu mancanegara ataupun domestik yakni antara lain: wilayah Tugu Yogyakarta, Malioboro, Candi Prambanan, wilayah Keraton, serta Pantai Parangtritis.

DI Yogyakarta ialah wilayah pariwisata yang seringkali wisatawan mancanegara ataupun lokal banyak Minati. Di Yogyakarta mempunyai banyak ragam jenis bentuk tempat wisata yakni berjenis wisata alam, kebudayaan, kuliner, ataupun wisata buatan. Perindustrian di bidang wisata menjadi sebuah bentuk industri yang sangat menjanjikan

dikarenakan di wilayah Yogyakarta sendiri tingkat pertumbuhannya sangat pesat. Perihal tersebut tentu menjadi peluang dan juga menjadi tantangan bagi masyarakat yang tinggal di sekitar wisata supaya senantiasa melakukan pengembangan di segala aspek potensial sebuah daerah wisata yang menggerakkan pembangunan di bidang perekonomian serta sosial lewat adanya pendapatan devisa, menciptakan peluang usaha serta lapangan kerja, dan juga pembuatan infrastruktur.

Walaupun wisata yang diunggulkan pada wilayah Yogyakarta sudah banyak, tak henti-hentinya Yogyakarta menciptakan suasana baru untuk wisatawan yang mengunjunginya. Perihal ini dilaksanakan supaya wisatawan tak merasakan kebosanan sewaktu mengunjungi Yogyakarta. Di periode sekarang muncul beragam destinasi wisata terbaru pada wilayah Yogyakarta. Destinasi wisata baru ini terletak pada seluruh kabupaten pada daerah Yogyakarta. Berdasarkan data statistik Dinas Pariwisata Yogyakarta di tahun 2021 sendiri ada 215 destinasi pariwisata di Yogyakarta, selanjutnya di tahun 2022 ada 274 destinasi, keseluruhan destinasi tersebut bisa berbentuk wisata buatan, wisata alam, wisata budaya, serta desa wisata. Berdasarkan data ini bisa disimpulkan untuk waktu setahun ada 59 destinasi tambahan pada wilayah Yogyakarta.

Salah satu destinasi wisata di Kecamatan Umbulharjo adalah Bendhung Lepen. Bendhung Lepen terletak di Desa Giwangan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta. Bendhung Lepen dikenal karena banyak wisatawan memperoleh informasi dari sosial media (Instagram) ataupun dari mulut ke mulut.

Salah satunya ialah akun instagram yang Bendhung Lepen miliki yakni @bendhung_lepen. Bisa diamati pada akun tersebut di tanggal 12 Feb 2023 telah mempunyai 3.236 pengikut serta ada 132 postingan. Dan dengan demikian melalui kepemilikan akun instagram Bendhung Lepen, membuat eksistensi atas informasi destinasi wisata tersebut menjadi cepat tersebar menyebar lewat media sosial ini. Perihal ini karena kegemaran wisatawan yang kini sering mengunggah video ataupun foto ke akun Instagram mereka sewaktu berkunjung ke sebuah tempat wisata.

Tiap daerah di DI Yogyakarta memiliki hal unik untuk di kunjungi, sehingga dapat memunculkan potensi wisata yang memiliki keistimewaan tersendiri, salah satu wisata buatan di Yogyakarta yang sedang ramai di media sosial adalah Wisata Bendehng Lepen

Mrican Giwangan, obyek wisata dengan daya tarik budidaya ikan di selokan. Daerah objek wisata Bendhung Lepen ialah daerah wisata yang masyarakat sekitarnya kelola dengan awalnya ialah bernama Kali Gajah Wong. Lokasi tersebut masyarakat kelola dan dijadikan selokan yang dipenuhi ikan. Salah satu pedagang di sana berkata bahwa awalnya warga memiliki ide untuk melakukan penebaran benih ikan, selanjutnya dipilihlah jenis tombro dan nila. Kemudian dilakukan penebaran 1,5 kwintal benih serta dari hal tersebut akhirnya membuat banyak orang mendatanginya. Dari yang awalnya 40 sampai 50 orang, kini kian mengalami penambahan jumlah.

Timbulnya minat dipengaruhi dari adanya dorongan, yang mana dorongan itu mendapatkan pengaruh dari rangsangan serta perasaan positif pada suatu objek. Berdasarkan Mendikbud minat menjadi sebuah dorongan keinginan serta gairah pada suatu hal. Minat kunjung ialah rasa ingin dari konsumen dalam mengunjungi sebuah lokasi. Selanjutnya minat wisata ialah aktivitas perjalanan seorang individu dengan tujuan melakukan rekreasi dan juga sebelumnya disertai sebuah persiapan. Sehingga minat berkunjung merupakan sebuah dorongan dari seorang individu untuk melaksanakan perjalanan kunjungan dengan didasari sebuah tujuan.

Electronic Word of Mouth (eWom) amat memberi pengaruh pada keputusan untuk mengunjungi sebuah wilayah. Konsumen cenderung lebih mempercayai sumber yang memiliki kredibilitas dibandingkan sales person dari pihak perusahaan. Bisa disebut kini mayoritas calon pengunjung cenderung melaksanakan pencarian ataupun searching melalui media digital dalam rangka mencari informasi sebelum berkunjung langsung ke lokasi wisata. Informasi itu bisa bersumberkan dari media sosial, misalnya Facebook, Instagram, Twitter ataupun dari orang yang telah berkunjung langsung pada tempat wisata tersebut.

Media sosial sangatlah populer dikarenakan lewat media sosial para pengguna bisa secara bebas mengekspresikan dirinya dan juga mampu mempermudah mereka dalam memperoleh informasi ataupun membagikannya. Bisa pula dijadikan media untuk memamerkan eksistensi dirinya. Melalui fenomena itu memicu pihak yang mengelola destinasi mempergunakan media sosial untuk dijadikan media promosi utama untuk destinasinya supaya pengunjungnya meningkat.

Menurut UU No. 10 tahun 2009 perihal Kepariwisata, daya tarik wisata didefinisikan menjadi seluruh perihal yang di dalamnya terdapat kemudahan, keunikan, serta nilai yang bentuknya keberagaman kekayaan budaya, alam serta buatan yang dijadikan menjadi objek yang wisatawan kunjungi serta daya tarik sendiri menjadi sebuah alasan oleh wisatawan untuk mengunjungi sebuah objek pariwisata. Daya tarik alami bisa berbentuk kondisi alam dan aspek flora serta fauna di dalamnya. Selanjutnya daya tarik buatan biasanya merupakan hasil karya yang manusia buat dengan bentuknya yaitu bisa berupa peninggalan sejarah, museum, kesenian wisata buru, agrowisata, wisata petualangan, serta kompleks rekreasi. Sedangkan daya tarik khusus misalnya pendakian gunung, berburu, penelusuran gua, kerajinan serta industri, sentra perbelanjaan, lokasi ziarah, lokasi ibadah, serta yang lainnya.

Kemudian berdasarkan Maryani dalam Junaida (2019) daya tarik wisata mampu membuat wisatawan tertarik untuk mengunjunginya. Terdapat beberapa syarat terkait daya tarik wisata, diantaranya ialah: (1) *what to see*, di lokasi itu diharuskan untuk tersedia sebuah atraksi ataupun objek pariwisata dengan berbagai variasi yang membuatnya berbeda dengan wilayah lainnya. Bisa dikatakan harus memiliki karakteristik khusus supaya mampu membuat wisatawan terhibur, (2) *what to do*: sebuah lokasi pariwisata wajib untuk menyediakan fasilitas yang mampu memicu timbulnya rasa betah bagi wisatawan untuk menetap lebih lama, (3) *what to buy*, lokasi pariwisata secara umum harus mampu menyediakan fasilitas perbelanjaan terutama terkait produk-produk *souvenir* serta kerajinan untuk dijadikan oleh-oleh bagi wisatawan.

Daya tarik yang Bendhung Lepen miliki diantaranya ialah : (1) Keberadaan Kali yang diisi ikan hias yang akan memberikan tertakjuban sama masyarakat sana yang mampu mengubah kali menjadi tempat ikan-ikan berenang. (2) Fasilitas disana juga cukup lengkap seperti lokasi untuk parkir, tempat duduk untuk nongkrong, jajanan dan makanan berat dan *spot* foto (3) Untuk saat ini tiket masuk masih Gratis, cukup bayar parkir.

Pembangunan Bendhung Lepen terselesaikan di tahun 2019 serta dilakukan pengembangan di 2022 awal. Bendhung repen berlokasi pada Kampung Mrican, rukun Kampung Punggalan, Kelurahan Giwangan, Kecamatan Umbulharjo, kota Yogyakarta. Pada Bendhung Lepen dilakukan penataan supaya lebih cantik dan rapi, yakni melalui

pembangunan saluran irigasi sebagai lokasi pembudidayaan ikan yang ikannya berjenis gurame, nila, serta tombro. Inovasi ini muncul karena pada zaman dahulu saluran irigasinya tergolong kumuh serta penuh dengan sampah. Di samping hal tersebut dulu pada sekitaran lokasi itu ada peternakan babi sehingga hal tersebut menjadi penyebab polusi udara serta memicu terganggunya kesehatan warga di sekelilingnya.

Bendhung Lepen ialah hasil dari pemuda-pemuda yang kreatif dengan dukungan instansi keuangan dan dengan demikian bisa mendapatkan fasilitas yang mumpuni serta lengkap. Ada 30 gerai pedagang serta wastafel sebagai pendukung protokol kesehatan supaya tetap terlaksana. Di samping hal tersebut pemerintah memberi bantuan terkait pembangunan lokasi parkir, toilet umum, pendopo, mushola, tempat bermain untuk anak, tempat membaca untuk anak, gerai makanan ataupun jajanan, tempat berfoto, serta perahu sebagai media untuk mengitari bendungan. Dampak positif juga banyak warga rasakan, contohnya yakni warga bisa memperoleh sumber pemasukan yang baru melalui aktivitas perdagangan. Salah satunya ialah ibu Triasih yang mengharapkan supaya pihak pemerintah bersedia untuk menambahkan fasilitas taman bagi anak-anak untuk bermain dikarenakan hampir secara keseluruhan fasilitas yang sudah berumur lama sudah tidak mampu berfungsi lagi seperti sedia kala. Di samping hal tersebut sejumlah akses jalan juga memerlukan perbaikan supaya minat wisatawan menjadi meningkat.

Terkait penentuan judulnya penulis melakukan pencarian referensi terkait penelitian sebelumnya terlebih dahulu. Penelitian tersebut harus berisikan terkait variabel serupa namun objeknya tidak sama. Pertama ialah studi dari Nurul Muslihati Idris tentang Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (eWom) Terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Bromonilan, Sleman (2021). Hasil dari penelitian tersebut memperlihatkan dijumpai pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap tingkat Keputusan Berkunjung secara positif serta signifikan Pengaruh dimana pengaruh yang muncul antara lain, kepedulian pada orang lain, mengungkapkan perasaan positif serta memberi perusahaan bantuan.

Yang kedua dalam Jurnal yang ditulis oleh Epa Froditus tentang Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (2019). Hasil

penelitiannya yakni Daya Tarik serta Kualitas Pelayanan mampu mempengaruhi Kepuasan Pengunjung Alun-alun Kidul Selatan, Yogyakarta secara positif serta signifikan.

Dari latar belakang yang diuraikan, peneliti berminat untuk meneliti terkait topik keputusan berkunjung wisatawan pada sebuah objek wisata yakni judulnya; **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN DAYA TARIK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI BENDHUNG LEPEN MRICAN GIWANGAN YOGYAKARTA”**

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah *Electonic Word of Mouth* dapat mempengaruhi minat berkunjung di Bendhung Lepen?
2. Apakah Daya Tarik dapat mempengaruhi minat berkunjung di Bendhung Lepen?
3. Apakah *Electronic Word of Mouth* dan Daya Tarik mampu mempengaruhi minat berkunjung di Bendhung Lepen?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari rumusan permasalahannya, berikut ialah tujuannya:

1. Menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap minat berkunjung di Bendhung Lepen.
2. Menganalisis pengaruh Daya Tarik terhadap minat berkunjung di Bendhung Lepen.
3. Menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* serta Daya Tarik terhadap minat berkunjung di Bendhung Lepen.

1.4. Kontribusi Penelitian

Kontribusi penelitian ini yakni:

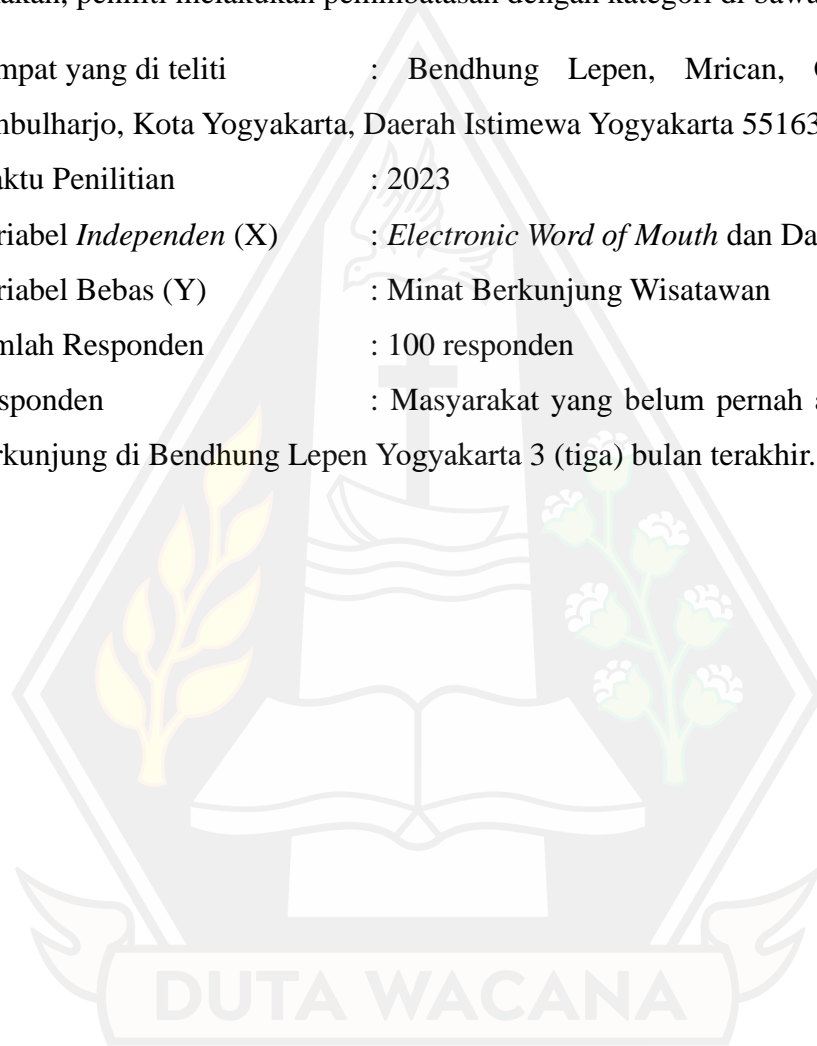
Diharapkan hasil yang penulis peroleh mampu memberi informasi yang bisa dijadikan landasan terkait pendukung, pertimbangan, serta sumbangan pemikiran pada

masyarakat sekitar Bendhung Lepen terkait usaha guna meningkatkan keputusan berkunjung serta melaksanakan pengembangan terhadap usaha objek wisata.

1.5. Batasan Penelitian

Supaya penelitian ini lebih fokus serta tidak melebar dari pembahasan yang dikemukakan, peneliti melakukan pemmbatasan dengan kategori di bawah:

1. Tempat yang di teliti : Bendhung Lepen, Mrican, Giwangan, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55163
2. Waktu Penelitian : 2023
3. Variabel *Independen* (X) : *Electronic Word of Mouth* dan Daya Tarik
4. Variabel Bebas (Y) : Minat Berkunjung Wisatawan
5. Jumlah Responden : 100 responden
6. Responden : Masyarakat yang belum pernah atau yang sedang berkunjung di Bendhung Lepen Yogyakarta 3 (tiga) bulan terakhir.



BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan penitilian ini yang membahas perihal pengaruh dari *electronic word of mouth*, serta daya tarik terhadap minat berkunjung wisatawan ke Bendhung Lepen Yogyakarta. Dari hasil penitilian yang terlaksana melalui penghitungan regresi linear berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t, dan uji F bisa diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat berkunjung, sehingga hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini: *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat berkunjung terdukung.
- b. Variabel daya tarik mempengaruhi minat berkunjung, sehingga hipotesis pertama (H2) dalam penelitian ini: Daya Tarik mempengaruhi minat berkunjung terdukung.
- c. Variabel *electronic word of mouth*, serta daya tarik secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung, sehingga hipotesis pertama (H3) pada penelitian ini: *electronic word of mouth*, serta Daya Tarik mampu mempengaruhi keputusan pembelian terdukung secara simultan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Berhubung penelitian yang telah peneliti lakukan hanya terbatas pada 1 objek wisata Bendhung Lepen Yogyakarta dan dalam penelitian ini hanya mempergunakan 2 variabel yakni *electronic word of mouth* serta daya tarik. Masih banyak variabel lain yang bisa diteliti pengaruhnya terhadap minat berkunjung wisatawan ke Bendhung Lepen Yogyakarta seperti *brand image*, *servicescape*, promosi, kualitas layanan serta faktor lainnya.

5.3. Saran

Sesudah melaksanakan tahap serta proses penelitian, maka peneliti memberi saran diantaranya sebagai berikut:

5.3.1. Bagi pengelola

Masing-masing penelitian tentu memiliki saran perihal objek yang diteliti. Maka darinya, saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini untuk pihak yang mengelola

tempat wisata Bendhung Lepen Yogyakarta, yaitu pengelola sebaiknya terus memperhatikan factor-faktor *electronic word of mouth* serta daya tarik agar bisa meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke Bendhung Lepen Yogyakarta, seperti:

- a. Lebih banyak mempromosikan Bendhung Lepen Yogyakarta melalui media social (*Facebook, Instagram, Tiktok*, dan platform lainnya) agar wisatawan dapat informasi dari berbagai sumber melalui media social dan agar wisatawan tertarik untuk mengunjungi Bendhung Lepen Yogyakarta lewat promosi-promosi yang diberikan (bisa jadi tempat reunion, rekomendasi wisata keluarga, pemandangan yang bagus, dan promosi lainnya).
- b. *Landmark* yang sudah ada lebih dimaksimalkan sebagai spot utama untuk foto, area *landmark* maupun spot fotonya ketika ada sampah yang berceceran maupun area tempat sampah dibersihkan. Dengan begitu wisatawan yang berfoto dengan latar *landmark* tersebut akan merasa nyaman.
- c. Pengelola akan lebih baik bila melakukan pertimbangan yang matang atas adanya perbaikan, pengantian ataupun tindakan menambah sarana prasarana objek wisata Bendhung Lepen Yogyakarta supaya mampu menunjang kebutuhan wisatawan serta agar Bendhung Lepen Yogyakarta akan lebih berkembang dengan baik.

5.3.2. Bagi masyarakat

- a. Masyarakat perlu mendukung serta berpartisipasi untuk mengembangkan destinasi wisata di lingkungannya.
- b. Masyarakat perlu menjaga kebersihan di sekitaran lingkungan Bendhung Lepen Yogyakarta

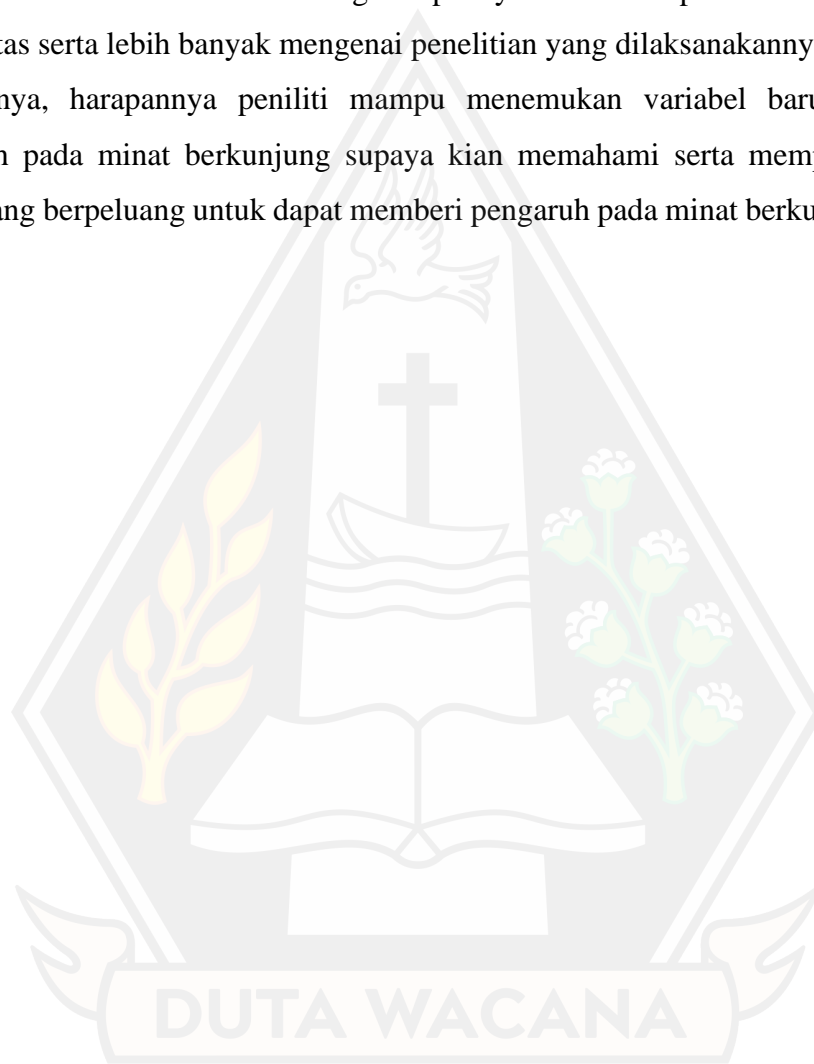
5.3.3. Bagi pemerintah

- a. pemerintah perlu mendukung secara maksimal untuk mengembangkan wilayah destinasi wisata Bendhung Lepen Yogyakarta dari segi pendanaan supaya sarana prasarana di lingkungan wisata bisa semakin baik dan bertambah.
- b. Pemerintah perlu melatih masyarakat beserta pengelolanya terkait bidang kepariwisataan supaya siap dan terampil saat operasionalisasi aktivitas pariwisata.

5.4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, peneliti memberikan sejumlah saran terkait upaya peningkatan untuk penelitian di masa mendatang, diantaranya yaitu:

1. Untuk peneliti berikutnya, harapannya mampu mempergunakan pendekatan yang lebih baik pada responden yang dijadikan sampel terutama terkait penyebaran kuesionernya, dan dengan demikian di masa mendatang harapannya bisa mendapatkan informasi yang lebih berkualitas serta lebih banyak mengenai penelitian yang dilaksanakannya.
2. Selanjutnya, harapannya peneliti mampu menemukan variabel baru yang memberi pengaruh pada minat berkunjung supaya kian memahami serta memperlebar berbagai faktor yang berpeluang untuk dapat memberi pengaruh pada minat berkunjung wisatawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, Livia, Ferra Yanuar, dan Dodi Devianto. "Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang." *Jurnal Matematika UNAND* 8.1 (2019): 179-188.
- Arrazi, I, M., & Nugraha, H, S. (2021). Pengaruh Daya Tarik dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Kota Lama Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10.1 (2021): 890-899.
- Hidayanti, Anna Apriana, and Lalu Masyhudi. "Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Daya Tarik dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Desa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur." *Jurnal Inovasi Penelitian* 1.2 (2020): 129-144.
- Irawan, Mohamad Rizal Nur, Levia Inggrit Sayekti, and Ratna Ekasari. "Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan." *Jurnal Ecopreneur*. 12, 4.2 (2021): 122-131.
- Janna, Nilda Miftahul, and H. Herianto. "Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS." (2021).
- Junaida, E. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Wisata Berkunjung ke Taman Hutan Kota di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 10.2 (2019): 146-155
- Kurnia, Rafly Alfian Dwi, Martina Rahmawati Masitoh, and Muhammad Nurhuala Huddin. "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Followers Instagram Mcdonald's Indonesia)." *Jurnal Ekonomi Vokasi* 4.1 (2020): 23-37.
- Makawoka, Claudya Dwi Pradita, Djurwati Soepeno, and Sjendry SR Loindong. "Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan *Electronic Word of Mouth* (e-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10.3 (2022): 817-829.

- Nur, B., Z., (2021). "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Pantai Boom Banyuwangi." *JIAGABI* (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis) 10.1 (2021): 132-139
- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, et al. "Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online." *Jurnal Sains Dan Informatika* 5.2 (2019): 128-137.
- Pundissing, Rati. "Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Pongtorra'Toraja Utara." *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Terapan (JESIT)* 2.1 (2021): 71-84.
- Tanjung, Agustini, Surya Bintarti, and Ergo Nurpatia. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede." *IKRAITH-EKONOMIKA* 5.2 (2022): 146-156.
- Susanti, Nova, Ida Aryati, and Ratna Damayanti. "Historis, Daya Tarik Wisata Dan *Electronic Word of Mouth* (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Di De Tjolomadoe." *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 12.2 (2019): 59-63.
- Solichin, Aditya, et al. "Pengaruh E-Wom Dan *Risk Perception* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan: (Survei pada Pengunjung Gunung Api Purba Nglanggeran)." *Journal of Economics and Management (JECMA)* 3.1 (2021): 332-336.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. (2020). *Metodelogi Penitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Susumaningsih, Endang, Purnawan Purnawan, and Yossyafra Yossyafra. "Studi Aksesibilitas Objek Wisata Di Kabupaten Pasaman." *Rang Teknik Journal* 3.1 (2020): 40-45.
- Ulfa, Rafika. "Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan." *AL-Fathonah* 1.1 (2021): 342-351.
- Valentino, I. (2019) "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Media Sosial Instagram, Atribut Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada pengunjung Kebun

Raya Liwa Lampung Barat)." Jurnal Administrasi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 4.1 (2019): 40-50

Yuliyani, Yuliyani, and Suharto Suharto. "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pinus Pengger Kabupaten Bantul." *Media Wisata* 19.1 (2021): 42-56.

Wibowo, Abiyyu Satrio. "Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai di Lembaga Pemasyarakatan Kelas II A Purwokerto." *Journal of Management Review* 5.3 (2022): 655-663.

