

**PENGARUH CITRA DESTINASI, PENGALAMAN WISATAWAN, DAYA
TARIK WISATA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DI DESA ADAT
WOLOGAI TENGAH, KECAMATAN DETUSOKO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

**YULIANA NGELU JOHN
2020410089**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS FLORES**

ENDE

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : YULIANA NGELU JOHN
Nim : 2020410089
Judul : PENGARUH CITRA DESTINASI, PENGALAMAN WISATAWAN, DAYA TARIK WISATA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DI DESA ADAT WOLOGAI TENGAH, KECAMATAN DETUSOKO

Ende, 19 Agustus 2024

Telah Diuji dan Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Flores

Pembimbing I

Pembimbing II



Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101

Santy Permata Sari, S.AB.,MM
NIDN. 08 2906 9001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores



Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah Diujikan Dan Disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Senin

Tanggal : 19 Agustus 2024

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc
NIDN. 08 2609 7401

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Maria Endang Jamu, SE., MM
NIDN. 08 1410 9101

Tim Penguji

01 Lambertus Langga, SE., M.Sc

NIDN. 08 2507 7101

02 Gabriel Tanusi, SE., M.Si

NIDN. 08 2506 7101

03 Maria Helena Carolinda Dua Mea, SS., MM

NIDN. 08 3110 8301

04 Santy Permata Sari, S.AB., MM

NIDN. 08 2906 9001

05 Maria Endang Jamu, SE., MM

NIDN. 08 1410 9101

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **“Pengaruh Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan, Daya Tarik Wisata Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Di Desa Adat Wologai Tengah Kecamatan Detusoko”** dan di majukan untuk diuji pada tanggal 19 Agustus 2024 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan salaya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 19 Agustus 2024
Yang membuat pernyataan



Yuliana Ngelu John
2020410089

MOTTO

“Apa saja yang kamu minta dan doakan, percayalah bahwa kamu akan menerimanya, maka hal itu akan diberikan padamu”

Markus 11:24

PERSEMBAHAN

Dengan hormat,

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Dia yang memberikan berkat dan penyertaan yang melimpah serta Roh Kudus yang memberikan pencerahan dalam setiap proses penulisan ini. Terimakasih atas kekuatan, kasih, ketekunan yang Engkau tanamkan dalam diri. Setiap langkah, pencapaian, tantangan yang di hadapi telah memberi pengajaran untuk percaya pada rencana-Mu yang sempurna sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Teristimewa kepada yang tersayang, Bapak Yohanes Djome (Alm) dan Ibunda Ngungu Yohana, dengan doa, cinta, semangat dan pengorbanan yang tiada henti telah menjadi sumber kekuatan bagi setiap langkahku. Terimakasih atas kasih sayang, nasihat dan dukungan yang telah diberikan.
3. Kakaku tersayang Paulina Hardinas Rana, Agnes To'i., Elfrida Marina Rere., yang selalu mendukung dan menjadi teladan, adikku Bastian dan Nona serta ponakan tercinta yang selalu memberikan keceriaan dan semangat.
4. Yang tersayang sahabat *the cool buddies* dan Fofon yang telah mendorong, dan mendukungku. Terimakasih atas setiap momen yang kita lalui bersama untuk saling menguatkan sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Rekan-rekan seperjuanganku Program Studi Manajemen lebih khususnya angkatan 2020 yang selalu membantu penulis menuju keberhasilan.
6. Almamater tercinta Universitas Flores.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis Panjatkan Kehadirat Allah Yang Maha Kuasa yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH CITRA DESTINASI, PENGALAMAN WISATAWAN, DAYA TARIK WISATA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-wom)* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DI DESA ADAT WOLOGAI TENGAH, KECAMATAN DETUSOKO”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Ende. Selama penulisan skripsi ini tentunya penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis. Kasih yang tulus serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Willybrordus Lanamana, SE., M.M.A., Selaku Rektor Universitas Flores Ende.
2. Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Ende.
3. Maria Endang Jamu, SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Ende.
4. Maria Endang Jamu, SE., MM. Selaku pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.

5. Santy Permata Sari S.AB.,MM. Selaku pembimbing II yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan pegawai Universitas Flores yang kiranya telah banyak memberikan pengetahuan pada penulis, selama menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan naskah skripsi ini.

Dari penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran sehingga menjadi bahan referensi dan kajian dengan topic yang sejenis dimasa yang akan datang.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga Allah yang Maha Kuasa melimpahkan karunianya dalam setiap amal kebaikan kita. Amin.

Ende, Agustus 2024

Penulis

ABSTRAK

Yuliana Ngelu John, Pengaruh Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan, Daya Tarik Wisata dan *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Di Desa Adat Wologai Tengah, Kecamatan Detusoko. Skripsi. Ende. Pembimbing I Maria Endang Jamu,SE.,MM pembimbing II Santy Permata Sari S.AB., MM. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Flores.

Tujuan penelitian ini: 1) Untuk mengetahui secara parsial pengaruh citra destinasi, pengalaman wisatawan, daya tarik wisata dan *electornic word of mouth* (E-WOM) terhadap keputusan berkunjung kembali di Desa Adat Wologai Tengah, Kecamatan Detusoko. 2) Untuk mengetahui secara simulatan pengaruh citra destinasi, pengalaman wisatawan, daya tarik wisata dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap keputusan berkunjung kembali di Desa Adat Wologai Tengah, Kecamatan Detusoko. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kasual dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dari penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung di desa adat Wologai Tengah yang berjumlah 100 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Secara parsial variabel citra destinasi dengan nilai beta (β) sebesar 0,166, variabel pengalaman wisatawan dengan nilai beta (β) sebesar 0,121, variabel daya tarik wisata dengan nilai beta (β) sebesar 0,236, dan variabel *electronic word of mouth* dengan nilai beta (β) sebesar 0,107 memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali di desa adat Wologai tengah, Kecamatan Detusoko. (2) Secara simultan, nilai f tabel dari hasil uji F 5,173 > 2,53 dan signifikan 0,000 < 0,05 terhadap keputusan berkunjung kembali. Untuk nilai *adjusted R square* sebesar 0,832 ini menunjukkan bahwa presentase citra destinasi, pengalaman wisatawan, daya tarik wisata dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung kembali sebesar 83,2. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan, Daya Tarik Wisata , Electronic Word of Mouth, Keputusan Berkunjung Kembali

ABSTRACT

Yuliana Ngelu John, The Influence of Destination Image, Tourist Experience, Tourist Attraction and Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Revisit Decision in the Wologai Tengah Tradisional Village, Detusoko District.

Thesis. Ende. Supervisor I Maria Endang Jamu, SE.,MM supervisor II Santy Permata Sari, S.AB.,MM. Manajemen Studi Program. Faculty of Ekonomic and Bussiness. Flores University.2023

The purpose of this research 1) To partially determine the effect of destination image, tourist experience, tourist attraction, and electronic word of mouth (E-Wom) on revisit decision in Wologai Tengah traditional village, Detusoko Distric. 2) To determine the simultaneous effect of destination image image, tourist experience, tourist attraction, and electronic word of mouth (E-Wom) on revisit decision in Wologai Tengah traditional village, Detusoko District. The research is a casual associative with a quantitative approach, the sampel in this research is the tourists who has visited the traditional village of Wologai Tengah, Detusoko District, totaling 100 people and using purposive sampling. The data analysis technique used is multiple linear regression.

The result of this research: (1) Partially, the destination image variable with a beta value (β) of 0,166, the tourist experience variable with a beta value (β) of 0,121, the tourist attraction variable with a beta value (β) of 0,236, and the electronic word of mouth variable with a beta value (β) of 0,166 have a significant influence on the revisit decision in Wologai traditional village, Detusoko district. (2) Simultaneously, the f table value of the F test results is 5,173 > 2,53 and significant 0,000 < 0,05 on the revisit decision. For the adjusted R square value of 0,832, this shows the percentage of destination image, tourist experience, tourist attraction, and electronic word of mouth (E-Wom) on the revisit decision is 83,2. While the rest is influenced by other factors that are not explained in this research.

Keywords: *Destination Image, Tourist Experience, Tourist Attraction, Electronic Word of Mouth, Revisit Decision.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Pemasaran Pariwisata.....	15
2.1.3 Manajemen Pemasaran Pariwisata.....	15
2.1.4 Citra Destinasi.....	16
2.1.4.1 Dimensi Citra Destinasi	17

2.1.4.2 Indikator Citra Destinasi	17
2.1.5 Pengalaman Wisatawan	18
2.1.5.1 Indikator Pengalaman Wisatawan.....	19
2.1.6 Daya Tarik Wisata	20
2.1.6.1 Indikator Daya tarik wisata	22
2.1.7 Electronic Word of Mouth (E-Wom).....	23
2.1.7.1 Indikator Electronic Word of Mouth (E-WOM).....	24
2.1.8 Keputusan Berkunjung Kembali	24
2.1.8.1 Indikator Keputusan Berkunjung Kembali	25
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4 Hipotesis.....	28
2.4.1 Pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung kembali di Desa Adat Wologai Tengah Kecamatan Detusoko	28
2.4.2 Pengaruh pengalaman wisatawan terhadap keputusan berkunjung kembali di Desa Adat Wologai Tengah Kecamatan Detusoko	28
2.4.3 Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung kembali pada objek wisata Desa Adat Wologai Tengah Kecamatan detusoko.....	29
2.4.4 Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap keputusan berkunjung kembali pada objek wisata Desa Adat Wologai Tengah Kecamatan Detusoko	30
2.4.5 Pengaruh citra destinasi, pengalaman wisatawan, daya tarik wisata dan Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap keputusan berkunjung kembali pada objek wisata Desa Adat Wologai Kecamatan Detusoko	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.3 Populasi Dan Sampel	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel.....	33

3.4 Sumber Data.....	34
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.9 Metode Analisis Data.....	39
3.10 Uji Hipotesis	40
3.10.1 Uji F	40
3.10.2 Uji T	40
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1 Profil desa adat Wologai Tengah	42
4.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	45
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Deskripsi Responden.....	46
4.2.1.1 Deskripsi berdasarkan jenis kelamin.....	46
4.2.1.2 Deskripsi berdasarkan Usia.....	47
4.2.1.3 Deskripsi berdasarkan Jenis Pekerjaan	48
4.2.1.4 Deskripsi responden berdasarkan situs media online yang paling sering digunakan untuk melihat ulasan.....	49
4.2.1.5 Deskripsi responden berdasarkan jumlah kunjungan ke Desa Adat Wologai Tengah	50
4.2.1.6 Deskripsi responden terhadap pengaruh ulasan online untuk keputusan kunjungan kembali	52
4.2.1.7 Deskripsi rencana wisatawan akan mengunjungi kembali desa adat.....	53
4.3 Uji Instrumen Penelitian	54
4.3.1 Uji Validitas	54
4.3.2 Uji Reliabilitas	56

4.4 Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1 Uji Normalitas	59
4.4.2 Uji Multikolinearitas	60
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	61
4.5 Analisis Data	62
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.5.2 Uji Hipotesis	64
4.5.2.1 Pengujian secara Parsial (Uji T).....	65
4.5.2.2 Pengujian secara simultan (Uji F)	67
4.5.2.3 Koefisien Determinasi R ²	68
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	69
4.6.1 Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Desa Adat Wologai Tengah.	69
4.6.2 Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Desa Adat Wologai Tengah.	71
4.6.3 Pengaruh Daya Tarik wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata di Desa Adat Wologai Tengah.	73
4.6.4 Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Di Desa Adat Wologai Tengah.	76
4.6.5 Pengaruh citra destinasi, Pengalaman wisatawan, daya tarik wisata dan electronic word of mouth (E-WOM) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali di Desa Adat Wologai Tengah.....	78
BAB V PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN LAMPIRAN.....	1

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Domestik dan Mancanegara Tahun 2021-2023	4
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Media Online yang Sering Digunakan	49
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan di Desa Adat Wologai Tengah.....	51
Tabel 4.6 Data responden terhadap ulasan online.....	52
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Rencana Wisatawan Mengunjungi Kembali.....	53
Tabel 4.8 Tabel Uji Validitas	54
Tabel 4.9 Tabel Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji regresi Linear Berganda	63
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	67
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinansi (R ²).....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Rumah Adat desa Wologai Tengah.....	2
Gambar 1.2 Pertunjukan seni musik dan tari	6
Gambar 1.3 Kafe dan Kios Cinderamata	8
Gambar 1.4 Ulasan Wisatawan	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Diagram 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Diagram 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	48
Diagram 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	49
Diagram 4.4 Situs Media Online Yang Sering Digunakan	50
Diagram 4.5 Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	51
Diagram 4.6 Diagram Pengaruh Ulasan Online Terhadap Kunjungan Ulang	52
Diagram 4.7 Responden Berdasarkan Rencana Wisatawan Berkunjung Kembali	53