

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH, CUSTOMER*
EXPERIENCE DAN FASILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN PADA DESTINASI WISATA AIR PANAS MENGERUDA**

SKIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi**



OLEH

**YOHANES DIONI BEI
2021410027**

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

ENDE

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : YOHANES DIONI BEI
Nim : 2021410027
Judul : PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH, CUSTOMER EXPERIENCE* DAN FASILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN PADA DESTINASI WISATA AIR PANAS MENERUDA

Ende, Agustus 2025

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

Pembimbing I

Dr. Mansyur Abdul Hamid, SE.,MM
NIDN : 0818097501

Pembimbing II

Santy Permata Sari, S.AB.,MM
NIDN. 0829069001

**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 : Rabu

Tanggal : 27 Agustus 2025

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Flores


Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc
NIDN. 0826097401

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Universitas Flores


Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101

Tim Penguji:

1. Maria Helena Carolinda Dua Mea, SS.,MM. 
NIDN. 0831108301 (.....)
2. Maria Endang Jamu, SE.,MM. 
NIDN. 0814109101 (.....)
3. Gabriel Tanusi, SE.,M.Si. 
NIDN. 0827067101 (.....)
4. Lambertus Langga, SE.,M.Sc. 
NIDN. 0825077101 (.....)
5. Dr. Mansyur Abdul Hamid, SE.,MM. 
NIDN : 0818097501 (.....)



UNIVERSITAS FLORES

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul : **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth, Customer Experience Dan Fasilitas Terhadap Minat berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Air Panas Mengeruda*”** dan telah dimajukan untuk diuji pada tanggal 27, Agustus 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan 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 saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dai tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

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

Ende, 27 Agustus 2025
Yang M

Yohanes Dioni Bei
2021410027



MOTTO

"Skripsi ini lahir dari lembur, tangis,
kopi, dan doa Orang Tua yang tak pernah
putus-putus. Bukan karena sempurna, tapi
karena aku cukup berani untuk
menyelesaikannya."

(Yohanes Dioni Bei)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Tuhan Yessus Yang Maha Kuasa, yang senantiasa menyertai dan melindungi langka dan masa depan penulis.
2. Orang Tua Tercinta, Bapak Tadeus Wene Bei, Mama Maria Ni Mo'a yang tak henti-hentinya memberikan cinta dan kasi sayang kepada anak semata wayangnya.
3. Keluarga, yang selalu memberi semangat dan dorongan dalam menghadapi setiap tantangan serta memberikan kehangatan dalam setiap langkah.
4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing, Bapak Dr. Mansyur A. Hamid, SE., MM dan Ibu Santy Permata Sari, S.AB.,MM yang telah membimbing penulis hingga menyelesaikan skripsi ini dengan penuh tanggung jawab.
5. Almamaterku yang tercinta Universitas Flores, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, prodi Manajemen
6. Teman-teman seperjuangan , yang selalu hadir sebagai pendukung dan motivator, baik dalam masa suka maupun duka.
7. Motor kesayanganku Jara mite, terimakasih telah menemani penulis dari semester I hingga semester VIII ini, banyak suka maupun duka yang telah dilewati, sekalipun suatu saat akan digantikan tapi penulis tidak akan pernah melupakan jasmu.
8. Untuk penyanyi faforitku, Billi Elish, Olivia Rodrigo, Mighfar Suganda dan Niki terimakasih karena lagu kalian suda menemani penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.
9. Dan yang terakhir, kepada diriku sendiri Yohanes Dioni Bei, terimakasih suda berjuang sampai pada titik ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, *Customer Experience* Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Air Panas Mengeruda”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi pada tingkat pendidikan sarjana.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Rafael Oktavianus Byre, S.E., M.Sc.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. **Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM** selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. **Bapak Dr. Mansyur Abdul Hamid, SE., MM dan Ibu Santy Permata Sari, S.AB.,MM** selaku dosen pembimbing yang sabar dan telaten memberikan arahan serta masukan selama penyusunan skripsi ini.
4. **Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Ngada dan Destinasi Wisata Air Panas Mengeruda** yang telah memberikan kesempatan dan dukungan kepada penulis untuk melakukan penelitian hingga selesai.

Ende, Agustus 2025

Penulis

ABSTRAK

**Yohanes Dioni Bei. 2021410027. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen. Pengaruh *Elektronik Word Of Mouth*, *Customer Experience* Dan Fasilitas Terhadap Minat berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Air Panas Mengeruda,
Pembimbing I : Dr. Mansyur Abdul Hamid, SE., MM
Pembimbing II: Ibu Santy Permata Sari, S.AB.,MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Untuk mengetahui (1) pengaruh ketidakpuasaan terhadap Minat berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Air Panas Mengeruda. (2) pengaruh *Customer Experience* terhadap Minat berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Air Panas Mengeruda. (3) pengaruh Fasilitas terhadap Minat berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Air Panas Mengeruda (4) Untuk mengetahui *Elektronik Word Of Mouth*, *Customer Experience* dan Fasilitas secara simultan terhadap Minat berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Air Panas Mengeruda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan survey. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang wisatawan pada destinasi air panas mengeruda. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Regresi linier berganda digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Pengaruh *Elektronik Word Of Mouth* (X1) Terhadap Minat berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Air Panas Mengeruda dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($10,563 > 1,66159$), nilai tingkat signifikansi $0,000 \leq 0,1$, nilai β 0,676, dengan nilai R^2 sebesar 54,3%. (2) Pengaruh *Customer Experience* (X2) Terhadap Minat berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Air Panas Mengeruda dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,620 > 1,66159$), nilai tingkat signifikansi $0,000 \leq 0,1$, nilai β 0,366, dengan nilai R^2 sebesar 12,2%. (3) Pengaruh Fasilitas (X3) Terhadap Minat berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Air Panas Mengeruda dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,820 > 1,66159$), nilai tingkat signifikansi $0,000 \leq 0,1$, nilai β 0,314, dengan nilai R^2 sebesar 19,8%. (4) *Elektronik Word Of Mouth*, *Customer Experience* dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap Minat berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Air Panas Mengeruda dengan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ($42,669 > 4,00$), nilai tingkat signifikansi $0,000 \leq 0,1$, dengan nilai R^2 sebesar 58,2%

Kata kunci: *Elektronik Word Of Mouth*, *Customer Experience*, *Fasilitas*, **Minat berkunjung**

ABSTRACT

Yohanes Dioni Bei. 2021410027. Faculty of Economics and Business, Management Study Program. The Influence of *Electronic Word of Mouth*, *Customer Experience*, and Facilities on Tourists' Visiting Interest at the Mengeruda Hot Springs Destination.

Advisor I : Dr. Mansyur Abdul Hamid, SE., MM

Advisor II: Ibu Santy Permata Sari, S.AB.,MM

This study aims to examine: (1) the influence of Electronic Word of Mouth on tourists' visiting interest at the Mengeruda Hot Springs Destination, (2) the influence of Customer Experience on tourists' visiting interest at the Mengeruda Hot Springs Destination, (3) the influence of Facilities on tourists' visiting interest at the Mengeruda Hot Springs Destination, and (4) the simultaneous influence of Electronic Word of Mouth, Customer Experience, and Facilities on tourists' visiting interest at the Mengeruda Hot Springs Destination. This research uses a quantitative approach with a survey method. The sample consisted of 96 tourists visiting the Mengeruda Hot Springs. Data were collected through a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Multiple linear regression analysis was used to test the hypotheses.

The results of the study indicate that: (1) Electronic Word of Mouth (X1) significantly influences tourists' visiting interest, with the t-value greater than the t-table ($10.563 > 1.66159$), significance value $0.000 \leq 0.1$, β coefficient 0.676, and R^2 value of 54.3%. (2) Customer Experience (X2) significantly influences tourists' visiting interest, with the t-value greater than the t-table ($3.620 > 1.66159$), significance value $0.000 \leq 0.1$, β coefficient 0.366, and R^2 value of 12.2%. (3) Facilities (X3) significantly influence tourists' visiting interest, with the t-value greater than the t-table ($4.820 > 1.66159$), significance value $0.000 \leq 0.1$, β coefficient 0.314, and R^2 value of 19.8%. (4) Electronic Word of Mouth, Customer Experience, and Facilities simultaneously have a significant influence on tourists' visiting interest at the Mengeruda Hot Springs, with the F-value greater than the F-table ($42.669 > 4.00$), significance value $0.000 \leq 0.1$, and an R^2 value of 58.2%.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Customer Experience, Facilities, Visiting Interest*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	<u>iii</u>
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Kajian Teori	12
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Berpikir.....	23
2.4 Hipotesis.....	26

BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Lokasi Penelitian.....	29
3.3 Defenisi Operasional Variabel	29
3.4 Populasi Dan Sampel	32
3.5 Sumber Data.....	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7 Instrumen Penelitian.....	35
3.8 Teknik Analisis Data.....	35
3.9 Uji Asumsi Klasik	36
3.10 Metode Analisis Data.....	38
3.11 Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	41
4.2 Deskripsi Responden.....	42
4.3 Uji Instrumen Penelitian	49
4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	56
4.5 Uji Hipotesis	58
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	61
BAB V PENUTUP.....	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN –LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3. 2 Skala Likert	35
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	46
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	47
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Informasi Yang di Dapat dari Platfrom Media Sosial.....	48
Tabel 4. 6 Tabel Validitas	50
Tabel 4. 7 Tabel Reliabilitas	52
Tabel 4.8 Tabel Uji Normalitas	53
Tabel 4. 9 Uji Multikolinieritas.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Spearman's rho.....	52
Tabel 4. 11 Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji t Pengaruh E-WOM, Customer Experience, dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung.....	Error! Boo
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan).....	60
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi (R^2).....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Tangkapan Layar postingan Wisatawan pada platform media sosial...3	
Gambar 2. Gambar grafik jumlah kunjungan tahun 2020 sampai 20245	
Gambar 3. Kerangka Berpikir24	