

ABSTRAK

Sofyan Dwi Kurniawan. 190541100016. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Lon Malang Di Sampang. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Lon Malang Di Sampang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana peneliti menyebarkan angket kepada responden dengan menggunakan. Teknik pengambil sampel pada penelitian ini dengan menggunakan *purposive* sampling. Dalam teknik ini peneliti menilai apakah seseorang yang ditemui termasuk dalam kriteria sampel. Penelitian ini dilakukan terhadap subjek penelitian yang pernah atau sedang berkunjung ke Pantai Lon malang sampang yang berjumlah 100 subjek. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 26.00 for Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai F 42,972 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) artinya hipotesis yang diajukan pada penelitian ini diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan *electronic word of mouth* terhadap minat berkunjung. Adapun sumbangan efektif variabel persepsi *electronic word of mouth* terhadap variabel minat berkunjung pada penelitian ini sebesar 30,5%.

Kata kunci: Pariwisata, pantai lon malang,minat berkunjung, *electronic word of mouth*

ABSTRACT

Sofyan Dwi Kurniawan. 190541100016. The Influence of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Toward Visiting Interests Of Tourists To Lon Malang Beach In Sampang. Psychology Study Program, Faculty of Social Sciences and Cultural Sciences, Trunojoyo University, Madura. 2023.

This study aims to determine the effect of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) on the Interests of Tourists Visiting Lon Malang Beach in Sampang. The method used in this study is a quantitative method, in which researchers distribute questionnaires to respondents using. The sampling technique in this study used purposive sampling. In this technique the researcher assesses whether someone met is included in the sample criteria. This research was conducted on research subjects who had or were currently visiting Lon Malang Beach, Sampang, totaling 100 subjects. The analysis used in this study is a simple linear regression test with the help of SPSS 26.00 for Windows. The results of this study showed an F value of 42.972 with a significance of 0.000. This value is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$) meaning that the hypothesis put forward in this study is accepted, namely that there is a significant effect of electronic word of mouth on visiting intentions. The effective contribution of the perception variable of electronic word of mouth to the variable of interest in visiting this study was 30.5%.

Keywords: Tourism, Lon Malang beach, interest in visiting, electronic word of mouth

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat teoritis	13
1.4.2 Manfaat praktis	13
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Minat Berkunjung.....	14
2.1.1 Definisi Minat Berkunjung	14
2.1.2 Aspek-aspek Minat Berkunjung	16
2.1.3 Faktor-faktor Minat Berkunjung.....	16
2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	18
2.2.1 Definisi <i>Electronic Word of Mouth</i>	18

2.2.2 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	19
2.2.3 Perbedaan <i>Electronic Word Of Mouth</i> Dengan <i>Word Of Mouth</i>	20
2.2.4 Karakteristik <i>Electronic Word Of Mouth</i>	20
2.3 Wisatawan Pantai Lon Malang, Sampang	22
2.4 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang.....	23
2.5 Kerangka Konseptual	27
2.6 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Variabel Penelitian	30
3.2.1 Definisi Konseptual	30
3.2.2 Definisi Operasional	31
3.3 Populas, Sampel, dan Teknik Sampling.....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1 Skala Minat Berkunjung	35
3.4.2 Skala <i>Electronic Word of Mouth</i>	37
3.5 Teknik Analisis Data	39
3.5.1 Uji validitas.....	39
3.5.2 Uji Reliabilitas	40
3.5.3 Uji Asumsi	41
3.5.4 Uji Regresi Linier Sederhana.....	42
BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Lokasi Penelitian.....	43
4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian.....	44
4.2 Hasil Uji Alat Ukur	45
4.2.1 Uji Validitas.....	45

4.2.2 Reliabilitas	48
4.2.3 Hasil Uji Asumsi.....	50
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
4.2.4 Hasil Uji Statistik.....	53
2.5.6 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	57
4.3 Pembahasan	59
4.4 Kendala Penelitian.....	66
BAB V.....	67
KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 skor pengukuran skala minat berkunjung dan <i>elektronik word of mouth</i> ..	35
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Skala Minat Berkunjung	36
Tabel 3. 3 Blueprint Skala Minat Berkunjung.....	36
Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Skala <i>Electronic Word of Mouth</i>	37
Tabel 3. 5 Blueprint Skala <i>Electronic Word of Mouth</i>	38
Tabel 3. 6 Tabel Reliability Statistics	41
Tabel 4. 1 Tabel Kriteria.....	44
Tabel 4. 2 Blue Print Validitas Skala Electronic Word Of Mouth	46
Tabel 4. 3 Blue Print validitas skala Minat Berkunjung.....	48
Tabel 4. 4 Uji Coba Reliabilitas Skala Electronic Word Of Mouth	49
Tabel 4. 5 Uji Coba Reliabilitas Skala Minat Berkunjung	49
Tabel 4. 6 Uji Normalitas	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Linieritas	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heterokedastisitas	53
Tabel 4. 9 Kategorisasi Statistik Deskriptif	53
Tabel 4. 10 Uji Statistik Deskriptif	54
Tabel 4. 11 Kategorisasi Skor Skala Electronic Word Of Mouth	55
Tabel 4. 12 Kategorisasi Skala Electronic Word Of Mouth Setiap Aspek.....	55
Tabel 4. 13Kategorisasi Skor Skala Minat Berkunjung	56
Tabel 4. 14 Kategorisasi Skor Skala Minat Berkunjung Setiap Aspek	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji Anova	57
Tabel 4. 16 Hasil Uji Model	58
Tabel 4. 17 Interpretasi Nilai r.....	58
Tabel 4. 18 Hasil Uji Persamaan Regresi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangkla konseptual.....	27
Gambar 3. 1 Paradigma Penelitian	30
Gambar 3. 2 Q-Q Plot Skala <i>Electronic Word Of Mouth</i>	51
Gambar 3. 3 Q-Q Plot Skala Minat Berkunjung.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Rancangan Skala <i>Electronic Word Of Mouth</i>	77
Lampiran 2. Rancangan Skala Minat Berkunjung	80
Lampiran 3. Lembar Kuesioner Penelitian	83
Lampiran 4. Tabulasi Data Electtronic Word Of Mouth	88
Lampiran 5. Tabulasi Data Minat Berkunjung	91
Lampiran 6. Validitas Minat Berkunjung	94
Lampiran 7. Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i>	96
Lampiran 8. Uji Reliabilitas.....	98
Lampiran 9. Uji Normalitas	98
Lampiran 10. . Uji Linieritas	100
Lampiran 11. Uji Heteroskedastisitas	100
Lampiran 12. Uji Regresi Linier Sederhana	100
Lampiran 13. Surat Perizinan	102
Lampiran 14. Dokumentasi.....	104