

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN E-WOM TERHADAP MINAT

BERKUNJUNG KE ATLANTIS LAND SURABAYA

USULAN PENELITIAN

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-I Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**RALFAEL AL HAFIZH FERDIANSYAH
19012010275/FEB/EM**

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2023

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN EWOM TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KE ATLANTIS LAND SURABAYA,
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
UNTUK MENYUSUN SKRIPSI S-1 PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



Diajukan Oleh:

**RALFAEL AL HAFIZH FERDIANSYAH
19012010275**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2023

SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN EWOM TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KE ATLANTIS LAND SURABAYA
DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh:

RALFAEL AL HAFIZH FERDIANSYAH

19012010275

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 18 Agustus 2023**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si.

NIP. 196508141991032001

**Pembimbing.
Pembimbing Utama**



Ugy Soebiantoro SE, MM.

NIP. 196708182021211001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

22 AUG 2023

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.

NIP. 196304201991032001

**SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Ralfael Al Hafizh Ferdiansyah
NPM : 19012010275
NIK : 3578101307010005
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya / 13 Juli 2001
Alamat : Jl. Bronggalan Sawah 4-G/9 Tambak Sari, Kota Surabaya

Judul Artikel : The Influence of Digital Marketing and E-WOM on Internet in Visiting Atlantis Land

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibataalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 18 Agustus 2023
Yang menyatakan,



Ralfael Al Hafizh Ferdiansyah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang penulis ajukan adalah **“PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN E-WOM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE ATLANTIS LAND SURABAYA”**. Penulis menyadari bahwa selesainya penyusunan proposal ini tidak jauh dari bantuan beberapa pihak. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya, terutama kepada Bapak Ugy Soebianto. SE, MM selaku pembimbing. yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan, motivasi, dan dukungan guna menyelesaikan penyusunan proposal.

Penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah terlibat dan membantu menyelesaikan penyusunan proposal ini, diantaranya:

1. Yth. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Prtiwi, M.Si, CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Yth. Ibu Nurjanti takarini, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

3. Yth. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

4. Kedua Orang tua dan saudara penulis yang senantiasa memberikan dukungan serta doa kepada penulis dalam menyelesaikan proposal ini

5. Semua teman-teman saya yang turut membantu dalam pengerjaan penelitan skripsi ini ada lita, danang, septi, luthfi, kevin, hadi, fikri, mahendra, andita, ilham bocel, jack dll yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Dalam penelitian proposal ini penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna baik dari segi teknis maupun penyusunan. Akhir kata, penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan proposal yang penulis buat. Penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT. senantiasa memberikan Rahmat bagi kita semua.

Surabaya, 4 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN E-WOM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE ATLANTIS LAND SURABAYA	1
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 <i>Digital Marketing</i>.....	18
2.2.2 Electronic Word of Mouth.....	23
2.2.3 Minat Berkunjung	26
2.3 Hubungan Antar Variabel	28
2.3.1 <i>Digital Marketing</i> dengan Minat Berkunjung.....	28
2.3.2 E-WOM Dengan Minat Berkunjung	29
2.4 Kerangka Konseptual	29
2.5 Hipotesis.....	30
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN	31

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.1.2 Pengukuran Variabel	36
3.2 Teknik Penentuan Sampel	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel.....	37
3.2 Teknik pengumpulan data	38
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data.....	39
3.3.3 Metode Pengumpulan data	39
3.5 Uji Validitas Reliabilitas.....	40
3.5.1 Uji Validitas.....	40
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.6 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	41
3.6.1 Teknik Analisis.....	41
3.6.2 Asumsi PLS	49
3.6.3 Ukuran Sampel	49
BAB IV	51
Hasil dan Pembahasan.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Profil Atlantis Land Surabaya	51
4.2 Analisis Data.....	52
4.2.1 Interpretasi hasil PLS.....	52
4.3 Pembahasan.....	64
4.3.1 Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Berkunjung	64
4.3.2 Pengaruh E-WOM terhadap Minat Berkunjung	65
BAB V.....	67

KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	72
KUESIONER.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)	52
Tabel 4. 2 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) Dimensi dengan Variabel .	55
Tabel 4. 3 Cross Loading	56
Tabel 4. 4 AVE	57
Tabel 4. 5 Composite Reliability	58
Tabel 4. 6 Latent Variable Correlations	59
Tabel 4. 7 Tabel R-Square	61
Tabel 4. 8 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Objek Daya Tarik Wisata Komersial menurut Jenis Wisata.....	4
Gambar 1. 2 Data Kunjungan Wisatawan Atlantis Land.....	5
Gambar 1. 3 Data pengguna Instagram per Desember 2020.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 3. 1 Diagram Jalur	44
Gambar 4. 1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square	60
Gambar 4. 2 Gambar Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping	64

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE ATLANTIS LAND SURABAYA

Oleh

RALFAEL AL HAFIZH FERDIANSYAH
19012010275

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Berkunjung ke Atlantis Land Surabaya Timur dan pengaruh E-WOM terhadap Minat Berkunjung ke Atlantis Land Surabaya. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengunjung Atlantis Land yang berumur diatas 18 tahun. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Ghozali dan ditemukan hasil responden sebanyak 112 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bentuk *GForm*. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan PLS (*Partial Least Square*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Digital Marketing indikator yang memiliki persentase paling tinggi adalah konten video yang menampilkan semua atraksi dan wahana Atlantis Land Surabaya sangat menarik. (X1.2) sedangkan variabel E-WOM indikator yang memiliki persentase paling tinggi adalah selalu merekomendasikan wisata Atlantis Land disertai ulasan dan komentar di sosial media Atlantis Land (X2.3.3)

Kata Kunci : Digital Marketing, EWOM, Minat Berkunjung