

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI WISATA JALAN TUNJUNGAN  
SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**LAILATUR ROFIANI AFROH**

**NPM. 20045010042**

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

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA**

**SURABAYA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Jalan Tunjungan Surabaya**

**Disusun Oleh :**

**Lailatur Rofiani Afroh**  
**NPM. 20045010042**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**  
**PEMBIMBING**

  
**Dra. Ety Dai Sasanti, M.S**  
**NIP. 106805011994032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NPT. 368049400281**



**LEMBAR PENGESAHAN**

**Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Jalan Tunjungan Surabaya**

**Disusun Oleh :**

**Lallatur Rofiani Afroh**  
**NPM. 20045010042**

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Menyetujui,**

**PEMBIMBING UTAMA**

**Dra. Ety Dwi Susanti, M.S**  
**NIP. 106805011994032001**

**TIM PENGUJI**

**1. Ketua**

**Dr. Yudianta Indriastuti, S.Sos., M.Si**  
**NI PPK. 19741013102112005**

**2. Sekretaris**

**Dra. Ety Dwi Susanti, M.S**  
**NIP. 106805011994032001**

**3. Anggota**

**Joko Miliarto, S.Hut., M.Si**  
**NPT. 20119910512179**

**Mengetahui Dekan,**



**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NPT. 368049400281**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lailatur Rofiani Afroh  
NPM : 20045010042  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Pariwisata  
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* E-WOM  
Tehadap

Keputusan Berkunjung Di Wisata Jalan Tunjungan  
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi akhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 11 Juni 2024



Lailatur Rofiani Afroh

NPM. 20045010042

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Jalan Tunjungan Surabaya.”**

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan proposal ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Selesaiannya penulisan skripsi ini tidak lepas dari Ibu Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Ibu Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Pariwisata.
3. Ibu Dra. Ety Dwi Susanti M.Si, Bapak Praja Firdaus N., M.Hub.Int., dan Bapak Joko Mijiaro, S.Hut., M.Si. Selaku dosen penguji Seminar Proposal.
4. Ibu Dra. Ety Dwi Susanti M.Si, Ibu Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si, dan Bapak Joko Mijiaro, S.Hut., M.Si. Selaku dosen penguji Skripsi.
5. Seluruh Dosen Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

6. Ibu penulis yang telah memberi dukungan penuh terhadap perkuliahan penulis.
7. Naaimatur Rofiani Qubba, S.Hub.Int., yang telah membantu penulis dengan memberikan saran dalam pengerjaan skripsi penulis.
8. Muhammad Ikhsan, S.T., yang membantu dalam proses pencetakan skripsi penulis
9. Teman-teman dekat penulis yang berjuang bersama selama perkuliahan dan memberikan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, 11 Juni 2024

**Penulis**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Umum.....	5
1.3.2 Tujuan Khusus .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Daya Tarik Wisata .....	10
2.2.2 Keputusan Berkunjung .....	13
2.2.3 <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	18
2.3 Model Penelitian.....	22
2.4 Hipotesis .....	24

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	26
3.2 Lokasi Penelitian .....	27
3.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	27
3.4 Populasi dan Sampel .....	27
3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Sampel .....	28
3.5 Definisi Operasionalisasi Variabel .....	29
3.6 Jenis Data .....	34
3.6.1 Data Primer .....	34
3.7 Sumber Data .....	34
3.8 Instrumen Penelitian.....	34
3.9 Metode dan Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.10 Teknik Analisis Data .....	36
3.10.1 Uji Instrumen .....	36
3.10.2 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.10.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
3.10.5 Uji Hipotesis .....	44
3.11 Penyajian Hasil Analisis Data .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Deskripsi Umum Wisata Jalan Tunjungan Surabaya .....	52
4.2 Karakteristik Responden .....	54
4.4 Uji Instrumen.....	72
4.4.1 Uji Validitas .....	72
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	74
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	75
4.5.1 Uji Normalitas.....	76
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	77



4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	78
4.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	80
4.6 Uji Hipotesis.....	82
4.6.1 Uji Parsial (T) .....	83
4.6.2 Uji Simultan (f).....	88
4.7 Pembahasan .....	93
4.7.1 Pengaruh variabel <i>Intensity</i> , <i>Valence Of Opinion</i> , dan <i>Content</i> secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan .....	93
4.7.2 Pengaruh variabel <i>Intensity</i> , <i>Valence Of Opinion</i> , dan <i>Content</i> secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan .....	103
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>105</b>
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>108</b>
<i>Lampiran</i> .....	<b>112</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator .....	31
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	55
Tabel 4. 2 Jumlah Kunjungan .....	55
Tabel 4. 3 Lama Kunjungan.....	56
Tabel 4. 4 Peluang Akan Berkunjung Kembali .....	56
Tabel 4. 5 Informasi Wisata Jalan Tunjungan Surabaya yang disebarkan di sosial media dapat dimengerti .....	57
Tabel 4. 6 Informasi Wisata Jalan Tunjungan Surabaya yang disebarkan di sosial media jelas.....	58
Tabel 4. 7 Informasi Wisata Jalan Tunjungan Surabaya yang disebarkan di sosial media berkualitas tinggi .....	59
Tabel 4. 8 Informasi Wisata Jalan Tunjungan Surabaya yang disebarkan meyakinkan .....	60
Tabel 4. 9 Informasi Wisata Jalan Tunjungan Surabaya yang disebarkan menarik ..	60
Tabel 4. 10 Informasi Wisata Jalan Tunjungan Surabaya yang disebarkan kredibel .	61
Tabel 4. 11 Informasi Wisata Jalan Tunjungan Surabaya yang disebarkan akurat ....	62
Tabel 4. 12 Ulasan yang dibagikan di sosial media adalah positif .....	62
Tabel 4. 13 Ulasan yang dibagikan di sosial media adalah negatif .....	63
Tabel 4. 14 Semakin banyak ulasan positif yang dibagikan di sosial media, sangat mungkin bagi saya untuk berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut .....	64
Tabel 4. 15 Semakin sedikit ulasan negatif yang dibagikan di sosial media, sangat mungkin bagi saya untuk berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut .....	65
Tabel 4. 16 Setelah mempertimbangkan informasi tentang Wisata Jalan Tunjungan Surabaya, sangat mungkin bagi saya untuk berkunjung .....	66
Tabel 4. 17 Setelah mempertimbangkan informasi tentang Wisata Jalan Tunjungan Surabaya, saya akan merekomendasikan ke teman-teman dan keluarga saya.....	66
Tabel 4. 18 Saya menerapkan informasi yang disebarkan ketika saya mempertimbangkan ke destinasi pariwisata yang baru.....	67
Tabel 4. 19 Jika saya memiliki sedikit pengalaman dengan berwisata, saya sering menggunakan informasi yang disebarkan di sosial media .....	68
Tabel 4. 20 Saya pikir informasi yang disebarkan di sosial media umumnya bermanfaat.....	69
Tabel 4. 21 Informasi yang disebarkan di sosial media membuat saya lebih mudah untuk membuat keputusan berkunjung .....	70
Tabel 4. 22 Informasi yang disebarkan di sosial media meningkatkan efektivitas saya dalam membuat keputusan berkunjung.....	70
Tabel 4. 23 Saya pikir informasi yang disebarkan di sosial media umumnya bermanfaat.....	71
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas.....	72

Tabel 4. 25 Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 4. 26 Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 4. 27 Hasil Uji Validitas.....	74
Tabel 4. 28 Hasil Uji Reliabilitas.....	75
Tabel 4. 29 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	76
Tabel 4. 30 Hasil Uji Multikolonieritas.....	77
Tabel 4. 31 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80
Tabel 4. 32 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel 4. 33 Hasil Uji Parsial.....	83
Tabel 4. 34 Hasil Uji Parsial.....	84
Tabel 4. 35 Hasil Uji Parsial.....	85
Tabel 4. 36 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	86
Tabel 4. 37 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	87
Tabel 4. 38 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	88
Tabel 4. 39 Hasil Uji Simultan F.....	89
Tabel 4. 40 Koefesien Regresi (B) Secara Simultan.....	90
Tabel 4. 41 Koefisiensi Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	92

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	23
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	79



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden .....	115
Lampiran 3. Uji Validitas <i>Intensity</i> (X1) .....	118
Lampiran 4. Uji Validitas <i>Valence Of Opinion</i> (X2) .....	119
Lampiran 5. Uji Validitas <i>Content</i> (X3) .....	120
Lampiran 6. Uji Validitas Keputusan Berkunjung (Y) .....	121
Lampiran 7. Uji Reilabilitas <i>Intensity</i> (X1) .....	122
Lampiran 8. Uji Reliabilitas <i>Valence Of Opinion</i> (X2) .....	122
Lampiran 9. Uji Reliabilitas <i>Content</i> (X3).....	122
Lampiran 10. Uji Reliabilitas Keputusan Berkunjung (Y) .....	122
Lampiran 11. Tabel F.....	122
Lampiran 12. Tabel Uji T .....	126

## ABSTRAK

Kota Surabaya adalah salah satu contoh kota di Indonesia yang kaya akan warisan sejarah dan budaya yang masih dilestarikan hingga kini. Salah satu contoh warisan sejarahnya adalah Wisata Jalan Tunjungan Surabaya. Wisata ini memiliki nilai sejarah yang tinggi, dengan bangunan-bangunan kolonial yang masih terjaga dengan baik membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung. Salah satu strategi yang digunakan untuk mengundang minat wisatawan mengunjungi Wisata Jalan Tunjungan adalah melalui pemanfaatan dan optimalisasi *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) sebagai alat promosi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Wisata Jalan Tunjungan Surabaya. Metode penelitian yang digunakan, dengan menyebarkan kuesioner secara *offline* kepada pengunjung Wisata Jalan Tunjungan Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan Wisata Tunjungan Jalan Surabaya secara simultan dan parsial. Kesimpulan penelitian ini menyatakan bahwa *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) dapat menjadi strategi yang efektif dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan Wisata Jalan Tunjungan Surabaya. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) dalam pemasaran daya tarik wisata, khususnya *urban tourism*.

Kata Kunci : Daya Tarik Wisata, *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), Wisata Jalan Tunjungan Surabaya.

## **ABSTRACT**

*The city of Surabaya is an example of a city in Indonesia that is rich in historical and cultural heritage which is still preserved today. One example of historical heritage is the Tunjungan Street Tour in Surabaya. This tourist attraction has high historical value, with colonial buildings that are still well preserved, making tourists interested in visiting. One of the strategies used to attract tourists to visit Jalan Tunjungan Tourism is through the use and optimization of Electronic Word of Mouth (E-WOM) as a promotional tool. This research aims to examine the influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on tourists' visiting decisions at Jalan Tunjungan Tourism, Surabaya. The research method used was by distributing questionnaires offline to visitors to Jalan Tunjungan Surabaya. The research results show that Electronic Word of Mouth (E-WOM) has a significant and positive influence on the decision to visit tourists at Tunjungan Jalan Surabaya Tourism simultaneously and partially. The conclusion of this research states that Electronic Word Of Mouth (E-WOM) can be an effective strategy in influencing tourists' visiting decisions at Jalan Tunjungan Surabaya. This research provides a deeper understanding of the importance of Electronic Word Of Mouth (E-WOM) in marketing tourist attractions, especially urban tourism.*

*Keywords: Tourist Attraction, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Jalan Tujungan Surabaya Tourism.*