

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (eWOM) TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA WISATA EDUKASI
KANSA WONOSALAM JOMBANG**

SKRIPSI



Oleh:

RAHMAN NUR HALIM
NPM. 21045010012

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI PARIWISATA
SURABAYA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI

Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Edukasi KANSA Wonosalam Jombang

Disusun Oleh:

Rahman Nur Halim
NPM. 21045010012

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui, Dosen Pembimbing

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP.10680511994032001

Mengetahui, Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

HALAMAN PENGESAHAN REVISI HASIL UJIAN SKRIPSI

Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Edukasi KANSA Wonosalam Jombang

Disusun Oleh:

Rahman Nur Halim
NPM.21045010012

**Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada 12 September 2025**

Dosen Pembimbing

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

Tim Penguji:

1. Ketua

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris

Praja Firdaus N., M.Hub.Int
NIP. 198807292024211018

3. Anggota

Garsione Agni Andrea, S.Pd., M.Sc
NPT. 21219900221336

**Mengatahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik**

Dr. Catur-Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rahman Nur Halim
NPM : 2104501012
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Pariwisata
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu Lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/Lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar Pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi Ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 13 September 2025
Yang membuat pernyataan



Rahman Nur Halim
NPM. 21045010012

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata KANSA Wonosalam Jombang.”*

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan. terselesaikannya karya tulis ini tidak terlepas dari bimbingan Ibu Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian dan kesabaran telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan serta bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Ilmu Politik.
2. Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Pariwisata.
3. Dr. A. Muammar Alawi, S.Pd.I, M.Pd.I., selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama masa studi.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Pariwisata yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, dan material.
6. Teman-teman seperjuangan S1 Pariwisata angkatan 2021 yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
7. Serta semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan seminar proposal ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa seminar proposal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 24 Juni 2025

Rahman Nur Halim

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN REVISI HASIL UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Electronic Word Of Mouth (eWOM).....	14
2.2.2 Keputusan Berkunjung	18
2.2.3 Pengaruh eWOM Terhadap Keputusan Berkunjung.....	21
2.3 Landasan Konseptual	23
2.3.1 Variabel Bebas (<i>Indipendent Variable</i>) : eWOM.....	23
2.3.2 Variabel Terkait (<i>Dependent Variabel</i>) : Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	24
2.3.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.4 <i>Platform Digital</i> sebagai Media Penyebaran eWOM.....	25
2.4 Kerangka Berfikir	27
2.5 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Metode Penelitian	30

3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	31
3.2.2	Waktu Penelitian	31
3.3	Definisi Operasional Variabel	32
3.3.1	Variabel Bebas (<i>Independen</i>)	32
3.3.2	Variabel Terikat (<i>Dependen</i>)	33
3.4	Populasi dan Sempel	35
3.4.1	Populasi.....	35
3.4.2	Sampel	35
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	38
3.5.1	Jenis Data.....	38
3.5.2	Sumber Data	38
3.6	Instrumen Penelitian	38
3.7	Teknik Pengumpulan Data	39
3.8	Teknik Analisis Data.....	40
3.8.1	Uji Instrumen	40
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	41
3.8.3	Uji Regresi Linear Berganda	43
3.8.4	Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Gambaran Umum.....	49
4.1.1	Karakteristik Responden.....	51
4.2	Hasil Penelitian	54
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel.....	54
4.2.2	Uji Instrumen	55
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	61
4.2.4	Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.2.5	Uji Hipotesis	67
4.3	Pembahasan.....	71
4.3.1	Pengaruh Variabel <i>Intensity</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	71

4.3.2	Pengaruh Variabel <i>Valence of Opinion</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan	73
4.3.3	Pengaruh Variabel <i>Content</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan	75
4.3.4	Pengaruh Variabel Dimensi eWOM Secara Simultan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan	76
BAB V PENUTUP		80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Wisata KANSA 2024	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Perbedaan WOM dan eWOM	16
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel	33
Tabel 3.2 Skala Likert	39
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Asal Daerah	53
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel.....	55
Tabel 4.9 Uji Validitas Insensity (X1).....	56
Tabel 4.10 Uji Validitas Valence of Opinion (X2)	57
Tabel 4. 11 Variabel Content (X3).....	58
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Kaputusan Berkunjung (Y)	59
Tabel 4.13 Pengujian Reliabilitas.....	60
Tabel 4.14 Uji Normalitas Kolmogrov-sminov	61
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Glejser	64
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F)	69
Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi Simultan (R2).....	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Contoh Ulasan Negatif Wisatawan Wisata Eduksi KANSA.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	28
Gambar 4.1 Uji Grafik Scatterplot	64

ABSTRAK

Era digital membuat calon wisatawan semakin bergantung pada ulasan dan komentar di platform online untuk membentuk persepsi destinasi wisata. Salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan berkunjung adalah electronic word of mouth (eWOM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi eWOM yang terdiri dari *intensity*, *valence of opinion*, dan *content* terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Wisata Edukasi KANSA. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden, kemudian data dianalisis melalui regresi linear berganda setelah melalui uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intensity*, *valence of opinion*, dan *content* berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan berkunjung. Di antara ketiga dimensi, *valence of opinion* terbukti paling dominan dalam memengaruhi keputusan wisatawan. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa eWOM berperan penting dalam membentuk keputusan berkunjung, sehingga pengelola Wisata Edukasi KANSA perlu mendorong ulasan positif, meningkatkan intensitas promosi, serta memperkaya konten digital.

Kata Kunci: *electronic word of mouth*, *intensity*, *valence of opinion*, *content*, keputusan berkunjung

ABSTRACT

In the digital era, prospective tourists increasingly rely on online reviews and comments to shape their perceptions of destinations. One factor suspected to influence visiting decisions is electronic word of mouth (eWOM). This study aims to analyze the effect of eWOM dimensions, namely intensity, valence of opinion, and content, on tourists' visiting decisions at KANSA Educational Tourism. The research employed a quantitative approach by distributing questionnaires to 100 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression after validity, reliability, and classical assumption tests were fulfilled. The findings reveal that intensity, valence of opinion, and content significantly influence visiting decisions, both partially and simultaneously. Among these dimensions, valence of opinion was identified as the most dominant factor in shaping tourists' decisions. The study concludes that eWOM plays a crucial role in influencing visiting decisions; therefore, the management of KANSA Educational Tourism should encourage positive reviews, strengthen promotional intensity, and enrich digital content.

Keywords: *electronic word of mouth, intensity, valence of opinion, content, visiting decision*