

PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DAN PRODUK WISATA
TERHADAP NIAT BERKUNJUNG MELALUI *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (E-WOM)* PADA OBJEK WISATA
BUKIT UTANGKIAK KABUPATEN SOLOK

SKRIPSI



Oleh :

DEFRI YANTO
1810070530075

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BAITURRAHMAN
PADANG
2022

Defri Yanto

Pengaruh *Destination Image* Dan Produk Wisata terhadap Niat Berkunjung Melalui *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Pada Objek Wisata Bukik Cinangkiak Kabupaten Solok.

viii + 104 halaman + 25 tabel + 13 gambar + 10 lampiran

ABSTRAK

Word of mouth adalah tindakan konsumen memberikan informasi kepada konsumen lain dari seseorang kepada orang lain (antar pribadi) non komersial baik merek, produk maupun jasa. *Word Of Mouth Association* (WOMMA) mendefinisikan secara sederhana mengenai *word of mouth marketing* sebagai tindakan seseorang dalam berbagi suatu informasi yang menarik kepada orang lain. Dalam penelitian, menyebutkan bahwa meskipun mirip dengan bentuk WOM sebelumnya, eWOM menawarkan berbagai cara untuk bertukar informasi, banyak juga diantaranya berupa anonim atau secara rahasia, hal ini dilakukan untuk memberikan kebebasan geografis dan temporal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *destination* dan produk wisata terhadap niat berkunjung melalui (*e-wom*) pada objek wisata Bukik Cinangkiak Kabupaten Solok. Konsepsi penelitian adalah model *path analysis* digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen).

Hasil analisis pengaruh *destination image* terhadap niat berkunjung t hitung 2,562 > t tabel 1,661. Besarnya pengaruh 0,065 atau 6,5% artinya HO diterima. Produk wisata terhadap niat berkunjung t hitung 4,297 > t tabel 1,661. Besarnya pengaruh 0,164 atau 16,4% artinya HO diterima. *Electronic word of mouth* terhadap niat berkunjung t hitung 4,410 > t tabel 1,661. Besarnya pengaruh 0,171 atau 17,1% artinya HO diterima. *Destination image* terhadap *electronic word of mouth*, t hitung 4,074 > t tabel 1,661. Besarnya pengaruh 0,149 atau 14,9% artinya HO diterima. Produk wisata terhadap *electronic word of mouth*, t hitung 7,460 > t tabel 1,661. Besarnya pengaruh 0,372 atau 37,2% artinya HO diterima. Pengaruh tidak langsung *destination image* terhadap niat berkunjung melalui *electronic word of mouth* sebesar 0,519 atau 51,9%. Pengaruh tidak langsung produk wisata terhadap niat berkunjung melalui *electronic word of mouth* sebesar 0,581 atau 58,1%.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa pihak cinangkiak sebaiknya memperhatikan *Destination Image*, Produk Wisata, *Electronic Word Of Mouth* agar dapat meningkatkan niat berkunjung wisatawan.

Kata Kunci : Niat Berkunjung, *Destination Image*, Produk Wisata, *Electronic Word Of Mouth*.

Daftar bacaan : 25 (2015-2020)

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Destination Image* dan Produk Wisata Terhadap Niat Berkunjung Melalui *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Pada Objek Wisata Bukik Cinaungkiak Kabupaten Solok.

Nama : Defri Yanto

NPM : 1810070530075

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing I



Yulihardi, S.E, MM
NIDN: 1013076401

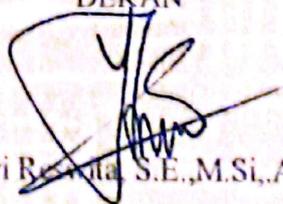
Pembimbing II



Drs. Darman, M, Si, Akt
NIDN: 1008065901

Pengesahan

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
FAKULTAS EKONOMI
DEKAN



Yefri Resnata, S.E., M.Si., Akt

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Destination Image* dan Produk Wisata Terhadap Niat Berkunjung Melalui *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Pada Objek Wisata Bukik Cinangkiak Kabupaten Solok.

Nama : Defri Yanto

NPM : 1810070530075

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

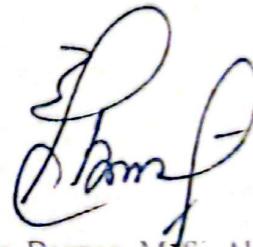
KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing I



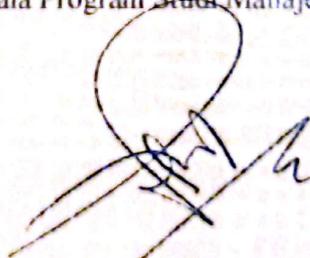
Yulihardi, S.E, MM
NIDN: 1013076401

Pembimbing II



Drs. Darman, M, Si, Akt
NIDN: 1008065901

Kepala Program Studi Manajemen



Akmal, S.E., M.Si
NIDN: 1020036501

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Defri Yanto
NPM : 1810070530075
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata I

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan Skripsi saya yang berjudul : Pengaruh *Destination Image* Dan Produk Wisata Terhadap Niat Berkunjung Melalui *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Pada Objek Wisata Bukik Cinangkiak Kabupaten Solok.

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padang, Mei 2022



Defri Yanto