

TESIS

**PENGARUH *E-WOM* TERHADAP CITRA DESTINASI,
KEPUASAN DAN LOYALITAS
(Studi pada kunjungan wisatawan di DIY)**



Disusun oleh :

Sang Putu Angga Mahendra Putra

NPM : 155002487

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2017**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Sang Putu Angga Mahendra Putra
Nomor Mahasiswa : 155002487/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh *E-Wom* Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan
Dan Loyalitas (Studi pada kunjungan wisatawan di DIY)

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

06/07 17



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Sang Putu Angga Mahendra Putra
Nomor Mahasiswa : 155002487/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh *E-Wom* Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Dan Loyalitas (Studi pada kunjungan wisatawan di DIY)

Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda Tangan
Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	06/07/2017	
Dr. J. Ellyawati, MM.	7 Juli 2017	
W. Mahestu Noviandra K, SE., M.Sc.IB., Ph.D.	7/7/2017	

Ketua Program Studi


W. Mahestu Noviandra K, SE., M.Sc.IB., Ph.D.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa tesis ini merupakan karya asli penulis, bukan merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya peneliti lain. Jika tesis ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/ atau saksi hukum yang berlaku.

Yogyakarta, Juli 2017

Yang menyatakan,


Sang Putu Angga Mahendra Putra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Syang Widi Wasa atas segala rahmat dan karunia dan penyertaan-Nya kepada saya selama ini. Karena kasih dan rahmat-Nya yang berlimpah saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Saya menyadari bahwa keberhasilan yang dicapai selama ini berkat adanya dukungan, bantuan, dan doa dari berbagi pihak. Oleh karena baik kiranya pada kesempatan ini saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat yaitu:

1. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bantuan kepada penulis agar sempurnanya tesis ini.
2. Dosen dan Staf Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Papa dan mama tercinta, dengan kasih dan sayang yang tanpa batas bagiku.
4. Saudara-saudaraku terkasih, yang selalu memotivasi dan menjadi teman sejak kecil.
5. Para responden yang telah berperan serta dalam penelitian ini.
6. Teman-teman S1 FE UAJY, terima kasih untuk kebersamaan selama ini.
7. Teman-teman Pasca Sarjana UAJY, terima kasih untuk dukungan dan kebersamaan selama ini.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap bahwa penulisan tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Juli 2017

Penulis

Sang Putu Angga Mahendra Putra

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Tidak ada yang mudah dalam hidup

Namun percayalah, tidak ada hal yang tidak mungkin dalam hidup



Tesis ini aku persembahkan untuk:

Papa dan Mama tercinta

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan	6

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1. <i>Word of Mouth</i>	8
2.2. <i>Destination Image</i>	16
2.3. Kepuasan Konsumen	18
2.4. Loyalitas Konsumen	21
2.5. Penelitian Terdahulu.....	26
2.6. Kerangka Penelitian	29
2.7. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Bentuk, Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.2. Populasi, Sampel dan Metode Penentuan Sampel.....	33
3.3. Definisi Operasional.....	34
3.4. Metode Pengumpulan Data	35
3.5. Metode Pengukuran Data	37
3.6. Metode Pengujian Instrumen.....	38
3.7. Metode Analisis Data	39
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Metode Pengujian Instrumen.....	45
4.2. Karakteristik Demografi Responden	47

4.3. Pengaruh <i>e-Wom</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi	49
4.4. Pengaruh <i>e-Wom</i> Terhadap Loyalitas Wisatawan Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi	52
4.5. Pengaruh <i>e-Wom</i> Terhadap Loyalitas Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi	56
4.6. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Loyalitas Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi	60
4.7. Pembahasan	64
BAB IV PENUTUP	68
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Implikasi Manajerial	74
5.3. Saran	75
5.4. Keterbatasan Penelitian	76
Daftar Pustaka	77
Lampiran	

DAFTAR TABEL

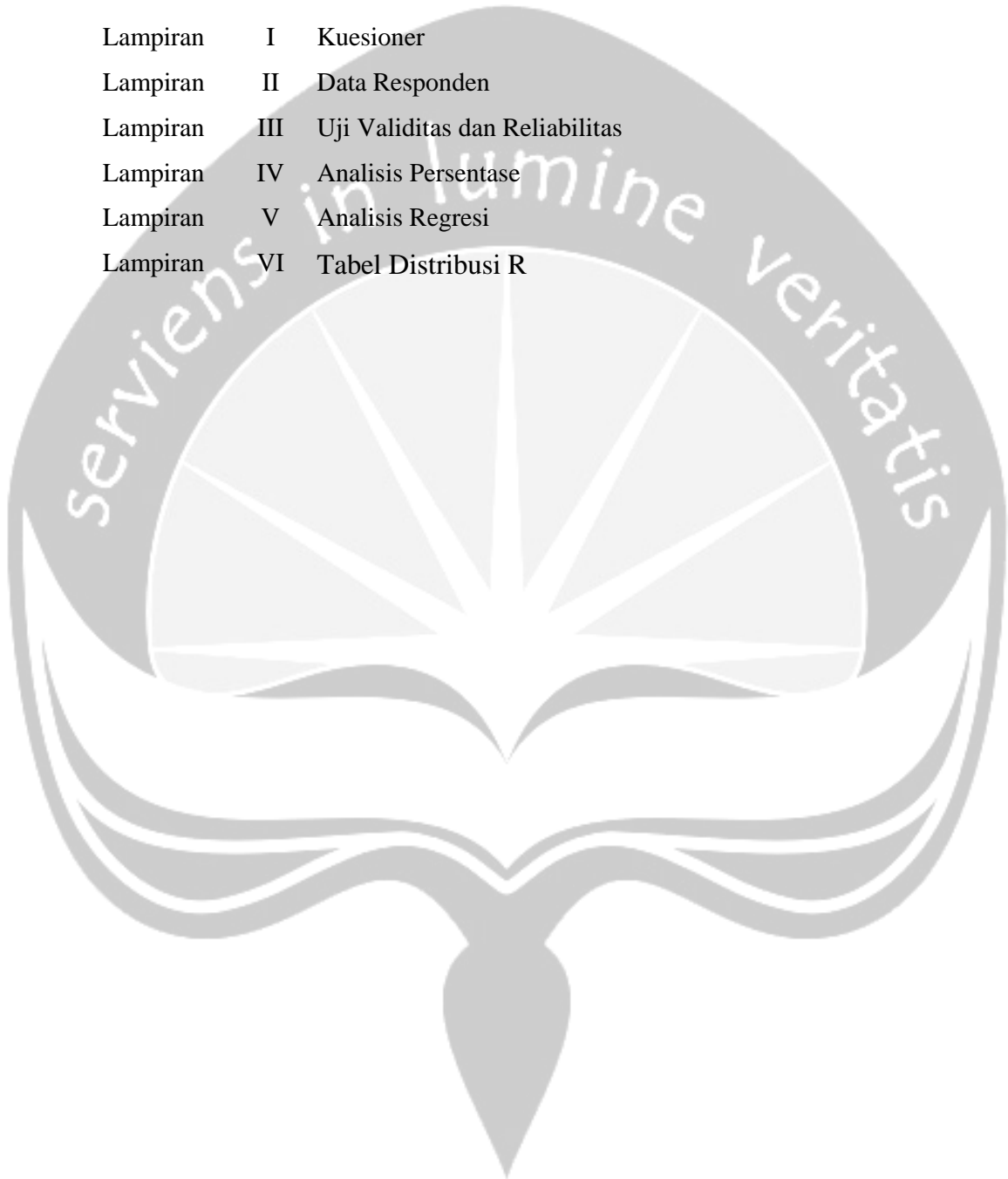
	Halaman
Tabel 2.1. Data Kunjungan Wisatawan	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
Tabel 4.2. Karakteristik Demografi Responden.....	47
Tabel 4.3. Pengaruh <i>e-Wom</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi.....	49
Tabel 4.4. Pengaruh <i>e-Wom</i> Terhadap Loyalitas Wisatawan Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi	53
Tabel 4.5. Pengaruh <i>e-Wom</i> Terhadap Loyalitas Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi	56
Tabel 4.6. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Loyalitas Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Piramida Loyalitas.....	23
Gambar 2.2. Kerangka Penelitian.....	29
Gambar 4.1. Model Hubungan Antara <i>e-Wom</i> dan Citra Destinasi Dengan Kepuasan Wisatawan.....	51
Gambar 4.2. Model Hubungan Antara <i>e-Wom</i> dan Citra Destinasi Dengan Loyalitas Wisatawan.....	54
Gambar 4.3. Model Hubungan Antara <i>e-Wom</i> dan Kepuasan Wisatawan Dengan Loyalitas Wisatawan.....	57
Gambar 4.4. Model Hubungan Antara Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan Dengan Loyalitas Wisatawan.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Data Responden
Lampiran	III	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	IV	Analisis Persentase
Lampiran	V	Analisis Regresi
Lampiran	VI	Tabel Distribusi R



ABSTRAK

Loyalitas wisatawan pada sebuah obyek wisata adalah hal yang penting untuk ditingkatkan. Peningkatan loyalitas dapat dilakukan dengan menciptakan kepuasan dan citra destinasi yang baik. Loyalitas juga dipengaruhi oleh seberapa kuat konsumen bersedia melakukan *word of mouth*.

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta yaitu pada 150 orang wisatawan yang pernah mengunjungi obyek wisata di Yogyakarta dan daerah-daerah sekitarnya. Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran kepuasan dan citra destinasi wisata terhadap pengaruh *e-wom* terhadap loyalitas wisatawan. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah *path analysis*.

Hasil penelitian memberikan informasi bahwa, 1) citra destinasi memediasi sebagian pengaruh *e-wom* terhadap kepuasan wisatawan. Pengaruh *e-wom* terhadap kepuasan wisatawan lebih efektif/lebih kuat/besar saat melalui citra destinasi dibandingkan jika secara langsung. 2) citra destinasi memediasi sebagian pengaruh *e-wom* terhadap loyalitas wisatawan. Pengaruh *e-wom* terhadap loyalitas wisatawan tidak lebih efektif/lebih kuat/besar saat melalui citra destinasi dibandingkan jika secara langsung. 3) kepuasan memediasi sebagian pengaruh *e-wom* terhadap loyalitas wisatawan. Pengaruh *e-wom* terhadap loyalitas wisatawan tidak lebih efektif/lebih kuat/besar saat melalui kepuasan dibandingkan jika secara langsung. 4) kepuasan memediasi sebagian pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan. Pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan lebih efektif/lebih kuat/besar saat melalui kepuasan dibandingkan jika secara langsung.

Kata kunci: *e-wom*, citra destinasi, kepuasan loyalitas.