

TESIS

**PENGARUH VARIABEL PENENTU *E-WOM* DENGAN
KEPUASAN WISATAWAN DAN LOYALITAS
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



EFA ARIYANTI
225027230

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2024**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

PERSETUJUAN TESIS

Nama : Efa Ariyanti
Nomor Mahasiswa : 225027230
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Variabel Penentu *E-wom* dengan Kepuasan
Wisatawan dan Loyalitas sebagai Variabel Mediasi

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

Wenefrida Mahestu N.
Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.




04 Juli 2024



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**


LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Efa Ariyanti
Nomor Mahasiswa : 225027230
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Variabel Penentu *E-wom* dengan Kepuasan
Wisatawan dan Loyalitas sebagai Variabel Mediasi

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.	23 Juli 2024	
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	23 Juli 2024	
Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.	23 Juli 2024	

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**

**Dekan
Fakultas Bisnis dan Ekonomika**


Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.



W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.
FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

PENGARUH VARIABEL PENENTU *E-WOM* DENGAN KEPUASAN WISATAWAN DAN LOYALITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

benar-benar merupakan buah pikiran saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini pada bagian daftar Pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti adanya kesengajaan dalam melakukan plagiarisme sebagian atau keseluruhan dari tesis ini, maka saya bersedia agar gelar dari ijazah yang telah saya peroleh dibatalkan oleh pihak Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan akan segera dikembalikan jika hal tersebut terbukti.

Yogyakarta, 03 Juli 2024

Yang menyatakan



Efa Ariyanti

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT atas berkat dan kemurahan-Nya sehingga tesis dengan judul **“PENGARUH VARIABEL PENENTU *E-WOM* DENGAN KEPUASAN WISATAWAN DAN LOYALITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”** ini dapat diselesaikan dengan baik. Dengan ini saya mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, nikmat dan karunia sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan baik dan benar sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan kampus.
2. Ibu W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing tesis yang dengan penuh kasih meluangkan waktu, selalu motivasi serta membimbing penulis dalam menyelesaikan tesis dengan kesabaran dan selalu memberikan saran dan masukan yang membangun.
3. Rektor beserta segenap dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing dan memberi ilmu dan masukan bagi penulis selama menyelesaikan masa studi.
4. Bapak Surono, Ibu Eni Suyanti, Kakak saya Efi Wijayanti, serta adik saya Dewi Rachmawati dan segenap keluarga yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam pengerjaan Tugas Akhir Tesis.
5. Kakak kelas SMA saya yang berinisial AMN yang sudah membantu saya dalam meraih gelar magister ini dan selalu sabar mendengarkan sambatan saya dikala pagi siang sore hingga dini hari.
6. Teman saya yang tidak berhenti memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan tesis ini, Agata Candra Puspitasari dan Benedictus Widiyanto Purnomo yang selalu mendukung saya dalam penyusunan tesis ini.
7. Teman-teman satu kelas bimbingan Anna Maria Leonard, Verena Aurelia Gamal, dan Septilita Ibau yang membantu dan bergerak maju bersama dalam proses penyusunan tesis ini agar kami semua bisa lulus bersama.
8. Teman-teman satu kelas Magister Manajemen Semester Genap 2023 Mba Bara, Mba Iren, Kak Vina, Kak Geby, Ayak, Esa, Elena, Una, Kevin,

Akdis, Josua, Kris, Jhardin, Brian, Dion, Hendra, Mas Cahyo, dan Mas Sidol yang selalu saling menyemangati dalam penyusunan tesis ini.

9. Semua responden yang bersedia membantu dengan mengisi kuesioner penelitian ini.
10. Tidak lupa terimakasih untuk diri sendiri yang sudah mampu berjuang dengan penuh semangat membara meledak bersinar meskipun kadang dikerjakan sembari meneteskan air mata. Namun tetap mempunyai keberanian untuk menjadi yang lebih baik demi meraih cita-cita menggapai masa depan yang cerah.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang memberikan dukungan, bantuan dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan pihak-pihak yang membantu penulis dalam penyelesaian tesis ini. Peneliti mohon maaf atas segala kekurangan dan keterbatasan tesis ini dan besar harapan penulis apabila tesis ini dapat memberikan manfaat sekaligus wawasan lebih untuk pembaca maupun pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 03 Juli 2024

Yang menyatakan,



Efa Ariyanti

PENGARUH VARIABEL PENENTU *E-WOM* DENGAN KEPUASAN WISATAWAN DAN LOYALITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Oleh:

Efa Ariyanti

225027230

Pembimbing: W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

INTISARI

Penelitian ini menganalisis pengaruh variabel penentu *e-WOM* dengan kepuasan wisatawan dan loyalitas sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, metode pengambilan sampel dalam penelitian ini mempergunakan metode *purposive sampling*, metodologi penelitian ini yaitu SEM dengan pendekatan pengolahan data menggunakan *Smart PLS 3*. Data didapatkan melalui kuesioner daring yang disebar menggunakan *Google Form*. Penelitian ini memperoleh responden sebanyak 205. Penelitian ini menemukan bahwa motivasi wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, nilai yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan, nilai yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan, kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan, kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-WOM* wisatawan, loyalitas wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-WOM* wisatawan. Uji mediasi menemukan bahwa kepuasan wisatawan terhadap nilai yang dipersepsikan dan loyalitas serta menguji loyalitas wisatawan terhadap kepuasan wisatawan dan *e-WOM* signifikan. Dimana kedua mediasi tersebut signifikan dan bersifat *complementary mediation*. Meskipun kepuasan wisatawan memengaruhi loyalitas wisatawan, tingkat kepuasan yang dirasakan setiap wisatawan berbeda-beda. Karena kondisi cuaca pada saat berkunjung, daya tahan tubuh wisatawan saat berkunjung juga menentukan seberapa besar kepuasan yang diperoleh wisatawan. Ada acara maupun tidak juga memengaruhi nilai yang dipersepsikan oleh wisatawan terhadap kunjungan yang dilakukan di Taman Sari Yogyakarta. Supaya meningkatkan motivasi wisatawan datang kembali ke Taman Sari pihak pengelola dapat melakukan kerja sama dengan *influencer* dengan cara membuat konten yang diunggah ke *platform* media sosial seperti Instagram dan TikTok. Pada penelitian sebelumnya berfokus pada objek situs warisan dunia yaitu Alhambra dan Generalife di Granada, Spanyol. Sedangkan pada penelitian ini meneliti objek tempat wisata bersejarah di Kota Yogyakarta yaitu Taman Sari Yogyakarta serta menambahkan variabel baru yaitu *e-WOM*.

Kata Kunci: Kepuasan Wisatawan, Motivasi, Nilai yang dipersepsikan, *e-WOM*, Loyalitas.

THE INFLUENCE OF E-WOM AS THE DETERMINANT VARIABLE ON TOURIST SATISFACTION AND LOYALTY AS THE MEDIATING VARIABLES

By:

Efa Ariyanti

225027230

Supervisor: W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

ABSTRACT

This research analyzes the influence of e-WOM determinant variables on tourist satisfaction and loyalty as the mediating variables. This type of research is quantitative research, the sampling method in this research uses a purposive sampling method, the research methodology is SEM with a data processing approach using Smart PLS 3. The data was obtained through an online questionnaire that was distributed using Google Form. This research obtained respondents as many as 205 tourists. This research found that tourist motivation has a positive and significant effect on tourist satisfaction, perceived value has a positive and significant effect on tourist loyalty, tourist satisfaction has a positive and significant effect on tourist loyalty, tourist satisfaction has a positive and significant effect on tourist e-WOM, tourist loyalty has a positive and significant effect on tourist e-WOM. The mediation test found that tourist satisfaction with perceived value and loyalty as well as test of tourist loyalty with tourist satisfaction and e-WOM are significant. Both mediations are significant and are complementary mediations. Although tourist satisfaction influences tourist loyalty, the level of satisfaction felt by each tourist is different. Due to the weather conditions at the time of visit, the tourists' immune system during the visit also determines how much satisfaction that the tourists get. Whether there is an event or not also influences the value perceived by tourists regarding the visit made to Taman Sari Yogyakarta. In order to increase the motivation of tourists to come back to Taman Sari, the management can collaborate with influencers by creating contents that are uploaded to social media platforms such as Instagram and TikTok. The previous research focused on world heritage sites, namely the Alhambra and Generalife in Granada, Spain. Meanwhile, this research examines historical tourist attractions in the city of Yogyakarta, namely Taman Sari Yogyakarta, and adds a new variable, namely e-WOM.

Keywords: *Tourist Satisfaction, Motivation, Perceived Value, e-WOM, Loyalty.*

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
TESIS	0
PERSETUJUAN TESIS	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Secara Teoritis	10
1.4.2 Secara Praktis	11
1.5 Sistematika Penulisan	13
1.5.1 BAB I (PENDAHULUAN).....	13
1.5.2 BAB II (TINJAUAN PUSTAKA)	14
1.5.3 BAB III (METODOLOGI PENELITIAN)	14
1.5.4 BAB IV (HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN).....	14
1.5.5 BAB V (KESIMPULAN DAN SARAN)	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Konseptual.....	15
2.1.1 Motivasi.....	15
2.1.2 Nilai yang dipersepsikan.....	18
2.1.3 Kepuasan Wisatawan.....	20
2.1.4 Loyalitas.....	23
2.1.5 <i>Electronic word-of-mouth</i> (e-WOM).....	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	32
2.4 Efek Mediasi.....	40
2.5 Model Penelitian.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1 Lingkup Penelitian.....	44
3.2 Definisi Operasional.....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.5.1 Populasi.....	46
3.5.2 Sampel.....	46
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.6.1 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas.....	48
3.6.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	50
3.6.3 Uji Hipotesis.....	50
3.6.4 Uji Mediasi.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Pendahuluan.....	53
4.2 Analisis Profil Responden.....	54
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Kota Asal.....	54
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Kota Domisili.....	55

4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Gender	56
4.3 Analisis SEM-PLS	56
4.4 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	57
4.4.1 Uji Validitas Konvergen	57
4.4.2 Uji Validitas Diskriminan	59
4.4.3 Uji Reliabilitas Komposit	62
4.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
4.6 Pengujian Hipotesis	63
4.6.1 Pengaruh motivasi terhadap kepuasan wisatawan	64
4.6.2 Pengaruh nilai yang dipersepsikan terhadap kepuasan wisatawan	64
4.6.3 Pengaruh nilai yang dipersepsikan terhadap loyalitas	64
4.6.4 Pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas	64
4.6.5 Pengaruh kepuasan wisatawan terhadap <i>e-WOM</i>	65
4.6.6 Pengaruh loyalitas terhadap <i>e-WOM</i>	65
4.7 Uji Mediasi	65
4.7.1 Kepuasan wisatawan memediasi pengaruh nilai yang dipersepsikan terhadap loyalitas	66
4.7.2 Loyalitas memediasi pengaruh kepuasan wisatawan terhadap <i>e-WOM</i>	67
4.8 Pembahasan Hipotesis	67
4.8.1 Pengaruh motivasi terhadap kepuasan wisatawan	68
4.8.2 Pengaruh nilai yang dipersepsikan terhadap kepuasan wisatawan	69
4.8.3 Pengaruh nilai yang dipersepsikan terhadap loyalitas	71
4.8.4 Pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas	72
4.8.5 Pengaruh kepuasan wisatawan terhadap <i>e-WOM</i>	73
4.8.6 Pengaruh loyalitas terhadap <i>e-WOM</i>	75
4.9 Pembahasan Mediasi	77
4.9.1 Kepuasan wisatawan memediasi pengaruh nilai yang dipersepsikan terhadap loyalitas	77
4.9.2 Loyalitas memediasi pengaruh kepuasan wisatawan terhadap <i>e-WOM</i>	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79

5.2 Implikasi Manajerial.....	80
5.3 Keterbatasan Penelitian	81
5.4 Saran Penelitian	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Pergerakan Wisatawan Kota Yogyakarta.....	1
Gambar 1. 2 Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara	2
Gambar 2. 1 Modifikasi Model Penelitian	43
Gambar 3. 1 Model Mediasi.....	51
Gambar 4. 1 <i>Gender</i>	56
Gambar 4. 2 Model Struktural	57
Gambar 4. 3 Model Konstruk	57
Gambar 4. 4 Model Konstruk <i>Bootstrapping</i>.....	63
Gambar 4. 5 Model Mediasi Pertama	66
Gambar 4. 6 Model Mediasi Kedua	67

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 4. 1 Kota Asal Responden.....	54
Tabel 4. 2 Kota Domisili Responden.....	55
Tabel 4. 3 <i>Outer Loadings</i>.....	58
Tabel 4. 4 <i>Average Variance Extracted</i>.....	59
Tabel 4. 5 <i>Cross Loadings</i>.....	59
Tabel 4. 6 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>.....	61
Tabel 4. 7 <i>Composite Reliability</i>.....	62
Tabel 4. 8 <i>R-Square Adjusted</i>.....	62
Tabel 4. 9 <i>Path Coefficients</i>.....	63
Tabel 4. 10 <i>Specific Indirect Effects</i>.....	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1.1 Kuesioner.....	91
Lampiran 1.2 <i>Smart PLS 3</i>	92
Lampiran 1.3 Filter Responden.....	100
Lampiran 1.4 Data Responden.....	107
Lampiran 1.5 <i>LOA</i>	116
Lampiran 1.6 Jurnal Acuan I.....	118
Lampiran 1.7 Jurnal Acuan II.....	119
Lampiran 1.8 Jurnal Acuan III.....	120
Lampiran 1.9 Jurnal Acuan IV.....	121
Lampiran 1.10 Hasil Turnitin.....	122