

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Yogyakarta selain menjadi salah satu pilihan favorit masyarakat untuk menempuh pendidikan. Beraneka ragam budaya yang dimiliki oleh Kota Yogyakarta pun selalu membuat para wisatawan tiada henti untuk berusaha mengeksplorasi berbagai macam budaya yang terdapat di setiap sudut kota ini. Banyaknya destinasi wisata yang tersedia di Kota Yogyakarta inilah yang membuat wisatawan datang berkunjung memenuhi tempat hiburan, warung makan rekomendasi *influencer*, hingga tempat bersejarah. Berdasarkan data yang telah diperoleh dari Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta di Tahun 2023 kurang lebih sebanyak 7.589.582 orang datang untuk melakukan kunjungan berwisata (Fajarwati, 2024).



Gambar 1. 1 Pergerakan Wisatawan Kota Yogyakarta

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Tahun 2024

Pada umumnya mahasiswa baru yang berdatangan dari berbagai penjuru pelosok negeri, yang memilih menetap pada kota dengan julukan Kota Pelajar ini selalu rajin untuk menyusuri setiap sudut kota ini. Taman Sari Yogyakarta merupakan salah satu dari sekian tempat yang menjadi destinasi wisatawan pada saat berkunjung di Kota Yogyakarta.

Lokasi Taman Sari Yogyakarta berada di Patehan, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta (55133). Jadi Taman Sari berada di lokasi yang strategis untuk wisatawan melakukan kunjungan. Taman Sari Yogyakarta merupakan tempat yang cocok untuk dikunjungi bagi wisatawan yang tertarik dengan sejarah, budaya, dan keindahan alam Indonesia. Selain kunjungan wisatawan dari dalam negeri, Kota Yogyakarta juga terkenal di kalangan wisatawan luar negeri. Mulai dari wisatawan kebangsaan Malaysia, Singapura, Tiongkok, Amerika Serikat, Jepang, dan masih banyak lagi.

Wisatawan mancanegara tersebut mempunyai minat akan tempat tempat sejarah yang banyak terdapat di Tengah Kota Yogyakarta. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dihitung mulai awal bulan Januari 2023 sampai dengan awal bulan Januari 2024 tercatat telah terjadi peningkatan sebesar 77,39% pada kunjungan wisatawan mancanegara. Semula, tercatat sebanyak 3.878 wisatawan mancanegara datang mengunjungi di awal bulan Januari kemudian meningkat tajam hingga sebanyak 6.879 wisatawan mancanegara datang berkunjung di berbagai wisata yang ada di Kota Yogyakarta (Fajarwati, 2024).



Gambar 1. 2 Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara
Sumber: Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Tahun 2024 (Mancanegara)

Keberadaan dari Taman Sari Yogyakarta menjadi salah satu aset berharga dalam menjaga warisan budaya dan sejarah Indonesia. Taman Sari Yogyakarta berupa sebuah kompleks keraton yang terletak di Yogyakarta, Indonesia. Dahulu, Taman Sari merupakan kompleks keagungan istana yang dibangun pada abad ke-18 oleh Sultan Hamengkubuwono I. Fungsinya sebagai taman istana yang indah dan kompleks kolam renang pribadi untuk keluarga kerajaan. Seiring berjalannya waktu, Taman Sari telah berubah menjadi salah satu objek wisata terkenal di Yogyakarta.

Saat ini, Taman Sari tidak hanya menjadi tempat wisata sejarah dan budaya, tetapi juga menjadi tempat rekreasi yang menarik bagi wisatawan (Soekiman et al., 2020). Beberapa fitur yang menarik di Taman Sari Yogyakarta yaitu Kompleks kolam renang ini terdapat serangkaian kolam renang dengan arsitektur yang unik, yang dulunya digunakan oleh keluarga kerajaan. Kolam tersebut menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang ingin menikmati suasana sejarah. Keindahan arsitektur tradisional Jawa, gua Taman Sari ada di kompleks Taman Sari juga mencakup gua-gua alam yang menarik untuk dieksplorasi.

Gua tersebut menyimpan nilai sejarah dan memiliki keindahan alam yang menawan, arsitektur tradisional Jawa adanya bangunan-bangunan di kompleks Taman Sari menampilkan arsitektur tradisional Jawa yang khas, dengan ornamen-ornamen yang indah dan detail-detail artistik yang mengesankan, pentas wayang kulit di beberapa kesempatan, Taman Sari juga menjadi lokasi untuk pertunjukan wayang kulit, sebuah seni tradisional Jawa yang populer. Sehingga memberi pengunjung kesempatan untuk merasakan kebudayaan dan kesenian tradisional Jawa, serta pasar seni yang berada di sekitar kompleks Taman Sari Yogyakarta.

Terdapat juga pasar seni yang menjual berbagai barang kerajinan tangan lokal, seperti batik, ukiran kayu, dan souvenir lainnya. Loyalitas pengunjung Taman Sari Yogyakarta merupakan aspek penting dalam memahami keberhasilan dan keberlanjutan tempat wisata tersebut. Berkembangnya media sosial seiringnya waktu membuat cara pandangan wisatawan terhadap suatu tempat wisata juga ikut menyesuaikan perubahan yang ada.

Adanya fenomena di mana orang-orang berbagi pengalaman, memberikan rekomendasi, dan ulasan tentang sebuah tempat maupun layanan secara *online* berupa melalui media sosial Instagram, TikTok dan X. *E-WOM* menjadi penting pada tempat wisata Taman Sari Yogyakarta karena, tempat wisata tersebut merupakan salah satu dari sekian banyak tempat wisata yang terkenal di Kota Yogyakarta. Sehingga banyak perhatian wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara yang tertuju pada ulasan mengenai tempat wisata Taman Sari Yogyakarta.

Beberapa faktor yang melatar belakangi menariknya *e-WOM* wisatawan di Taman Sari Yogyakarta yaitu Taman Sari Yogyakarta memiliki sejarah yang kaya sebagai bekas istana kerajaan dan kompleks taman yang indah. Ini menarik minat wisatawan yang ingin belajar tentang budaya dan sejarah Indonesia. Kompleks Taman Sari Yogyakarta menawarkan berbagai fasilitas dan aktivitas bagi pengunjung, termasuk tur sejarah, pameran seni, pertunjukan budaya, dan peluang untuk mengeksplorasi bangunan bersejarah dan taman yang indah.

Pengalaman positif dalam menggunakan fasilitas ini sering kali menjadi subjek ulasan positif di *platform online* seperti unggahan *reels* di Instagram, video pendek yang di unggah di TikTok, hingga *Thread* yang diunggah di X. Kemudahan aksesibilitas dan kenyamanan bagi pengunjung juga memengaruhi *e-WOM*. Informasi tentang harga tiket, jam buka, fasilitas ramah disabilitas, dan kemudahan transportasi umum atau parkir sering kali menjadi perhatian pengunjung yang kemudian dibagikan secara *online*.

Keindahan visual Taman Sari, termasuk arsitektur yang megah, kolam-kolam, dan taman yang dirawat dengan baik, sering kali menjadi objek foto dan video yang dibagikan di media sosial. Hal ini dapat memicu minat orang lain untuk mengunjungi tempat tersebut. Pengalaman pengunjung yang positif atau negatif memiliki dampak besar pada *e-WOM*. Ulasan tentang kualitas layanan, keramahan staf, kebersihan, dan keamanan di kompleks Taman Sari dapat memengaruhi persepsi calon pengunjung.

Pihak yang mengelola Taman Sari Yogyakarta juga berperan dalam mempromosikan destinasi tersebut melalui pemasaran digital, termasuk konten di media sosial, situs web resmi, dan kampanye iklan *online*. Upaya ini dapat meningkatkan eksposur dan memengaruhi *e-WOM*. *E-WOM* Taman Sari Yogyakarta dapat menjadi pengaruh yang kuat dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi kompleks tersebut dan memberikan kontribusi positif pada industri pariwisata di Kota Yogyakarta.

Loyalitas pengunjung mengacu pada tingkat kesetiaan atau keterikatan pengunjung terhadap Taman Sari sebagai destinasi wisata. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pengunjung Taman Sari Yogyakarta pengalaman pengunjung dengan pengalaman yang positif saat mengunjungi Taman Sari, termasuk kenyamanan, pelayanan yang baik, kebersihan, dan kesan yang memuaskan, dapat meningkatkan loyalitas pengunjung. Pengalaman yang memuaskan akan mendorong pengunjung untuk kembali berkunjung di masa mendatang dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain (Schindler et al., 2021).

Kualitas layanan yang konsisten, ramah, dan responsif dari pihak manajemen Taman Sari dapat meningkatkan loyalitas pengunjung. Layanan yang baik dapat menciptakan hubungan emosional antara pengunjung dan tempat wisata, sehingga wisatawan merasa dihargai dan diinginkan untuk kembali (Lacobucci et al., 2023). Keberagaman aktivitas dengan menyediakan beragam aktivitas dan acara di Taman Sari, seperti tur budaya, pertunjukan seni, dan kegiatan interaktif, dapat mempertahankan minat pengunjung dan meningkatkan tingkat loyalitas wisatawan.

Keberagaman aktivitas juga memungkinkan pengunjung untuk memiliki pengalaman yang berbeda setiap kali wisatawan berkunjung (Gates et al., 2020). Komunikasi dan Interaksi dengan memelihara komunikasi yang baik dengan pengunjung melalui media sosial, surat elektronik, atau saluran komunikasi lainnya dapat membantu mempertahankan hubungan dengan wisatawan dan memperkuat rasa keterikatan terhadap Taman Sari Yogyakarta.

Respon yang cepat terhadap pertanyaan atau masukan dari pengunjung juga merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas (Geringer et al., 2022). Perkembangan berkelanjutan dengan cara terus melakukan pembaharuan dan pengembangan fasilitas, layanan, dan program di Taman Sari akan menunjukkan komitmen terhadap peningkatan pengalaman pengunjung. Inovasi tersebut dapat meningkatkan daya tarik dan relevansi Taman Sari dalam jangka panjang, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pengunjung.

Berdasarkan dengan memperhatikan faktor-faktor di atas dan berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pengunjung secara konsisten, Taman Sari Yogyakarta dapat membangun dan mempertahankan loyalitas pengunjung yang kuat, yang merupakan kunci untuk kesuksesan jangka panjangnya sebagai destinasi wisata favorit Kota Yogyakarta. Sikap pengunjung dalam mengambil keputusan pemilihan objek wisata dipengaruhi oleh sikap orang lain pada saat melakukan pengambilan keputusan memilih objek wisata yang akan dituju, motivasi untuk mengikuti keinginan orang lain, serta situasi yang tidak terduga juga bisa memengaruhi seseorang melakukan kunjungan ke suatu tempat wisata (Yasuda et al., 2023).

Electronic word of mouth yang biasa disingkat menjadi *e-WOM* ada karena perubahan globalisasi yang dialami oleh dunia. Semula ulasan hanya dilakukan berupa kalimat yang disampaikan langsung dari mulut ke mulut, maupun ulasan dengan cara penulisan yang dilakukan di selembar kertas yang telah disediakan pada kotak suara tempat umum dan destinasi wisata (Bateman et al., 2021). Berkembangnya media sosial membuat perilaku wisatawan dalam memberikan ulasan juga ikut berubah.

Saat ini media sosial seperti X, Instagram, serta TikTok banyak dipergunakan pengunjung wisatawan melakukan ulasan. Baik berupa video yang dibuat sedemikian menarik maupun foto-foto yang diunggah pada saat mengunjungi tempat wisata tersebut. Taman Sari sering dikunjungi oleh banyak wisatawan yang datang dari berbagai penjuru belahan dunia. Wisatawan dalam negeri juga tidak ketinggalan melakukan kunjungan pada Taman Sari Yogyakarta.

Taman Sari Yogyakarta merupakan tempat wisata bersejarah yang banyak dikunjungi oleh berbagai wisatawan yang datang dari luar kota Yogyakarta hingga luar negeri. Peningkatan nilai tambah, pengakuan dan kewajiban untuk meningkatkan kesadaran otoritas lokal dan populasi konservasi lokal untuk generasi yang akan mendatang (Jeans et al., 2021). Motivasi wisatawan untuk mengunjungi Taman Sari Yogyakarta dipengaruhi oleh banyak faktor seperti, lokasi wisata berdiri, sejarah yang terkandung ada di dalam Taman Sari dan masih banyak lagi.

Nilai yang dipersepsikan juga memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan terhadap wisata Taman Sari Yogyakarta. Sehingga, kepuasan wisatawan dalam mengunjungi destinasi pada akhirnya memengaruhi loyalitas. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Valverde-Roda et al (2022), penelitian tersebut menguji pengaruh dari variabel motivasi, nilai yang dipersepsikan, kepuasan terhadap loyalitas wisatawan yang melakukan kunjungan ke situs warisan dunia yaitu Alhambra dan Generalife di Granada, Spanyol.

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu melakukan pengujian sejauh mana faktor dari motivasi, nilai yang dipersepsikan, kepuasan, *e-WOM* terhadap loyalitas wisatawan yang berkunjung ke Taman Sari Yogyakarta. Jadi, pembaharuan penelitian ini dilakukan dengan menambahkan *e-WOM* sebagai variabel dependen. Dari penambahan variabel *e-WOM* ini digunakan untuk mengukur sejauh mana kepuasan wisatawan, motivasi wisatawan, loyalitas wisatawan untuk datang dan berkunjung kembali di Taman Sari Yogyakarta. Media sosial yang berupa Instagram, TikTok, dan X perantara bagi wisatawan yang sudah melakukan kunjungan ke Taman Sari untuk mengajak teman, keluarga maupun pengikut media sosialnya untuk datang di Taman Sari. Berdasarkan dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan mampu menganalisis, memberikan wawasan dan pemahaman lebih untuk mengetahui motivasi dari wisatawan, kepuasan wisatawan, nilai yang dipersepsikan wisatawan, serta *e-WOM*, wisatawan setelah berkunjung ke Taman Sari Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan, pengelola Taman Sari dapat meningkatkan pengalaman pengunjung. Pengalaman yang memuaskan dan bernilai bagi wisatawan akan meningkatkan daya saing Taman Sari dalam industri pariwisata. Dapat memahami persepsi nilai dan faktor-faktor yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi Taman Sari, pengelola dapat mengembangkan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengunjung. Hal ini dapat membantu meningkatkan kualitas layanan dan memastikan pengalaman yang lebih positif bagi pengunjung (Sijoria et al., 2018).

Informasi tentang motivasi wisatawan dalam mengunjungi Taman Sari juga dapat membantu dalam pengelolaan sumber daya, seperti pengalokasian dana untuk pemeliharaan dan peningkatan fasilitas yang paling diminati oleh pengunjung (Oraedu et al., 2021). E-WOM atau testimoni elektronik dari wisatawan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat orang lain untuk mengunjungi Taman Sari. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi *e-WOM*, pengelola dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan popularitas dan citra Taman Sari di kalangan wisatawan.

Peningkatan jumlah wisatawan dan kepuasan wisatawan dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal, melalui peningkatan pendapatan dari pariwisata dan dampak positifnya terhadap industri terkait, seperti perdagangan, kuliner, dan kerajinan lokal (Valverde-Roda et al., 2022). Taman Sari Yogyakarta adalah bagian penting dari warisan budaya Indonesia. Sehingga memahami preferensi dan kepuasan wisatawan, pengelola dapat mengambil langkah-langkah untuk memelihara dan menjaga keaslian serta nilai budaya dari destinasi tersebut, sambil tetap memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan di era milenial saat ini.

Berdasarkan dari penjelasan yang telah disampaikan, maka rumusan masalah yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Apakah motivasi wisatawan memengaruhi kepuasan wisatawan di Taman Sari Yogyakarta?

2. Apakah nilai yang dipersepsikan memengaruhi kepuasan wisatawan di Taman Sari Yogyakarta?
3. Apakah nilai yang dipersepsikan memengaruhi loyalitas wisatawan di Taman Sari Yogyakarta?
4. Apakah kepuasan wisatawan memengaruhi loyalitas wisatawan di Taman Sari Yogyakarta?
5. Apakah kepuasan wisatawan memengaruhi *e-WOM* wisatawan di Taman Sari Yogyakarta?
6. Apakah loyalitas wisatawan memengaruhi *e-WOM* wisatawan di Taman Sari Yogyakarta?
7. Apakah kepuasan wisatawan memediasi pengaruh nilai yang dipersepsikan terhadap loyalitas wisatawan di Taman Sari Yogyakarta?
8. Apakah loyalitas wisatawan memediasi pengaruh kepuasan wisatawan terhadap *e-WOM* di Taman Sari Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk menganalisis pengaruh motivasi wisatawan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Sari Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh nilai yang dipersepsikan wisatawan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Sari Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh nilai yang dipersepsikan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan di Taman Sari Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan di Taman Sari Yogyakarta.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan terhadap *e-WOM* wisatawan di Taman Sari Yogyakarta.
6. Untuk menganalisis pengaruh loyalitas wisatawan terhadap *e-WOM* wisatawan di Taman Sari Yogyakarta.
7. Untuk menganalisis kepuasan wisatawan dalam memediasi pengaruh nilai yang dipersepsikan terhadap loyalitas wisatawan di Taman Sari Yogyakarta.

8. Untuk menganalisis loyalitas wisatawan dalam memediasi pengaruh kepuasan wisatawan terhadap *e-WOM* di Taman Sari Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1.4.1 Secara Teoritis

1. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga terhadap pengetahuan akademis dalam bidang pariwisata, pemasaran, dan manajemen. Hasil penelitian dapat memperkaya literatur akademis dengan informasi baru tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku wisatawan dan strategi untuk meningkatkan loyalitas wisatawan.
2. Penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan teori dan kerangka konseptual yang lebih kuat dalam bidang pariwisata dan pemasaran. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan untuk memperbaiki pemahaman tentang motivasi, nilai yang dipersepsikan, kepuasan, dan *e-WOM* dalam konteks pariwisata.
3. Penelitian ini memungkinkan pengujian hipotesis-hipotesis yang diajukan terkait dengan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu dalam menguji kebenaran atau validitas dari asumsi-asumsi yang mendasari teori-teori yang ada.
4. Penelitian tentang pengaruh motivasi, nilai yang dipersepsikan, kepuasan, dan *e-WOM* terhadap loyalitas wisatawan juga dapat membantu dalam pengembangan metode penelitian yang lebih baik dan lebih efektif. Penelitian ini mungkin melibatkan penggunaan teknik-teknik penelitian kuantitatif dan kualitatif yang inovatif, yang dapat menjadi referensi bagi peneliti di masa depan.
5. Temuan dari penelitian ini dapat membuka peluang untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam atau penelitian lintas-disiplin. Misalnya, penelitian lanjutan dapat memperluas cakupan untuk

mempertimbangkan faktor-faktor tambahan yang memengaruhi perilaku wisatawan atau untuk membandingkan hasil dengan destinasi wisata lainnya.

6. Temuan dari penelitian ini juga dapat digunakan untuk memperkaya kurikulum pendidikan di bidang pariwisata, pemasaran, manajemen, atau bidang terkait lainnya. Informasi tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku wisatawan dapat menjadi bagian penting dari pembelajaran akademis bagi mahasiswa yang tertarik pada industri pariwisata.

1.4.2 Secara Praktis

A. Bagi Pemerintah Daerah

1. Mampu memberikan wawasan yang berharga kepada pemerintah dalam merencanakan strategi pariwisata yang lebih efektif. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas wisatawan, pemerintah dapat mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien untuk memperbaiki atau meningkatkan aspek-aspek tertentu dari Taman Sari, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan kepuasan pengunjung.
2. Informasi tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan dapat membantu pemerintah dalam merencanakan pengembangan infrastruktur wisata yang lebih baik. Misalnya, jika hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas yang kurang memadai menjadi faktor utama ketidakpuasan wisatawan, pemerintah dapat mengalokasikan anggaran untuk meningkatkan fasilitas tersebut.
3. Mampu meningkatkan loyalitas wisatawan melalui peningkatan kepuasan dan nilai yang dipersepsikan, pemerintah dapat berpotensi meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata. Pengunjung yang puas cenderung menghabiskan lebih banyak uang selama kunjungan wisatawan, serta mungkin kembali lagi di

masa depan atau merekomendasikan destinasi kepada orang lain, yang berkontribusi pada pendapatan pariwisata jangka panjang.

4. Taman Sari Yogyakarta adalah bagian dari warisan budaya yang perlu dijaga dan dilestarikan. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman dan kepuasan wisatawan, pemerintah dapat mengambil langkah-langkah untuk memelihara keaslian dan keberlanjutan Taman Sari sebagai destinasi wisata budaya yang berharga.
5. Informasi tentang *e-WOM* dan faktor-faktor lain yang memengaruhi perilaku wisatawan dapat membantu pemerintah dalam merancang strategi promosi pariwisata yang lebih efektif. Wisatawan dapat menggunakan testimonial positif dari wisatawan yang puas sebagai bagian dari kampanye promosi pemerintah, atau fokus pada aspek-aspek yang paling dihargai oleh pengunjung potensial.

B. Bagi Wisatawan

1. Adanya penelitian ini diharapkan wisatawan yang datang ke Taman Sari Yogyakarta dapat menambah wawasan serta pengalaman dalam berwisata sekaligus menumbuhkan minat cinta terhadap peninggalan budaya dalam negeri.
2. Wisatawan akan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman wisatawan di Taman Sari. Wisatawan akan mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang apa yang dapat meningkatkan kepuasan wisatawan selama kunjungan, serta faktor-faktor apa yang dapat memengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali atau merekomendasikan destinasi kepada orang lain.
3. Mampu memahami nilai yang dipersepsikan dari Taman Sari, wisatawan dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam memilih destinasi wisata. Wisatawan dapat menilai apakah Taman

Sari sesuai dengan preferensi dan ekspektasi wisatawan, sehingga dapat menghindari kekecewaan selama kunjungan.

4. Mampu mengetahui motivasi wisatawan lain dan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan, wisatawan dapat menggunakan informasi tersebut untuk merencanakan kunjungan yang lebih memuaskan. Misalnya, wisatawan dapat fokus pada aktivitas atau fasilitas yang paling dihargai oleh pengunjung sebelumnya, atau menghindari waktu kunjungan yang ramai jika itu dapat mengganggu pengalaman wisatawan.
5. Mampu memahami peran *e-WOM* dalam membentuk persepsi dan keputusan wisatawan, pengunjung dapat lebih aktif dalam berinteraksi dengan destinasi wisata, seperti memberikan ulasan atau rekomendasi kepada orang lain. Hal ini dapat membantu memperkuat komunitas pengunjung dan mempromosikan pengalaman positif di Taman Sari.
6. Informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat menjadi panduan yang berguna bagi wisatawan untuk perjalanan berikutnya. Wisatawan dapat menggunakan pengetahuan tentang motivasi, nilai yang dipersepsikan, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi loyalitas untuk merencanakan kunjungan ke destinasi lainnya yang berada di Kota Yogyakarta dengan lebih efektif.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan dibagi menjadi lima bab dengan beberapa sub bab di setiap bab, yang membantu penulis dan pembaca memahami isi. Sistematika penulisan ini dapat digambarkan sebagai berikut:

1.5.1 BAB I (PENDAHULUAN)

Bab satu berfungsi sebagai pendahuluan untuk membantu pembaca memahami tujuan dan alasan penelitian ini. Ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, lingkup penelitian, tujuan, dan keuntungan dari penelitian, serta sistematika penulisan.

1.5.2 BAB II (TINJAUAN PUSTAKA)

Bab ini membahas teori-teori yang menjadi dasar penelitian ini, seperti motivasi, nilai yang dipersepsikan, kepuasan, loyalitas, dan *e-WOM*. Selain itu, bab ini membahas temuan penelitian sebelumnya yang relevan untuk membangun hipotesis. Akhir dari bab ini adalah pembuatan kerangka penelitian.

1.5.3 BAB III (METODOLOGI PENELITIAN)

Bab ini membahas teknik dan prosedur pengumpulan data serta sampel dan metode pengambilan sampel. Selanjutnya, dalam bab ini disampaikan definisi operasional variabel dan metode pengujian instrumen.

1.5.4 BAB IV (HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN)

Pada bab empat, hasil penelitian dan pembahasan bertujuan untuk menjelaskan analisis dari data yang berhasil diperoleh serta pembahasan dari hasil tersebut terhadap hipotesis yang diusulkan sebelumnya.

1.5.5 BAB V (KESIMPULAN DAN SARAN)

Pada bab lima, kesimpulan dan saran merupakan bagian terakhir dari penelitian ini. Bab ini bertujuan untuk menjelaskan kesimpulan penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, serta saran yang dapat digunakan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya juga pihak lain yang ingin meneliti hal sejenis.