

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
(STUDI KASUS PADA PADANG FULAN FEHAN
KABUPATEN BELU)
SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Timor*



Oleh

OKTOVIO DOS ANJOS ARAUJO

NPM : 41170080

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TIMOR
KEFAMENANU**

2022

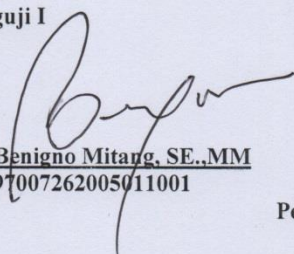
HALAMAN PENGESAHAN
**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
(STUDI KASUS PADA PADANG FULAN FEHAN KABUPATEN BELU)**
Skripsi Ini Telah Dipertanyakan Dalam Ujian Skripsi

Yang Dilakukan Pada :

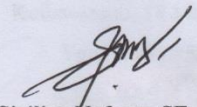
Hari/Tanggal : Senin, 27 Juni 2022
Jam : 9:30 – 10:30
Tempat : FEB I
Saudara : OKTOVIO DOS ANJOS ARAUJO
Dinyatakan : LULUS Dengan Nilai A
Predikat Kelulusan : Sangat Memuaskan

TIM PENGUJI

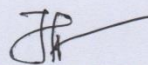
Penguji I


Berno Benigno Mitang, SE.,MM
NIP: 197007262005011001

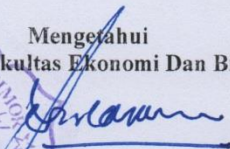
Penguji II


Sirilius Nafanu, SE.,MM
NIP: 197000726200501001

Penguji III


Imelda Thein, SE.,ME
NIP: 197903216200501001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis


Dr. Kamilaus K. Oki, SE.,ME
NIP: 196909252005011001

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
(STUDI KASUS PADA PADANG FULAN FEHAN KABUPATEN BELU)

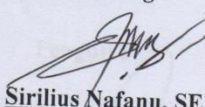
Disusun oleh :

Oktovio Dos Anjos Araujo

NPM . 41170080

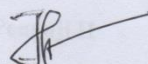
Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I


Sirilius Nafanu, SE.,MM

NIP: 19621231200305001

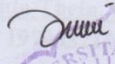
Pembimbing II


Imelda Thein, SE.,MM

NIP:197903212005012001

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen


Elfrida D. Naihati, SE.,MM

NIP: 198852302005042002

SURAT PERNYATAAN

ORSINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain. kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim. Tandatangani dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli, jika tidak asli saya siap menerima sanksi ditunda yudisium pada priode berikutnya

Kefamenanu, 18 Maret 2022

Yang menyatakan



Oktovio Dos Anjos Araujo

MOTO

-JANGAN MENYERAH, HIDUP BUTUH PERJUANGAN

YAKIN SEMUA ADA WAKTUNYA-

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang selalu memberikan kekuatan dan kesabaran dalam menempuh pendidikan
2. Kedua orang tua tercinta, Domiggos Dos Anjos Araujo dan Yosefa Borges Martins, keduanya yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap skripsi. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepada saya.
3. Saya persembahkan kepada Elisabeth Dorothea Suparman, yang telah membantu dan memberikan semangat setiap harinya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Saya persembahkan kepada kedua dosen pembimbing, Bapak Siriluis Nafanu, SE.,MM dan Ibu Imelda Thein,SE.,MM , Izinkan saya mengucapkan terima kasih telah bersedia mengantarkan saya untuk mengantungi gelar serjana.
5. Untuk teman-teman Prodi Manajemen angkatan 2017 kelas A. Terima kasih untuk bantuan dan kerja samanya selama ini.
6. Terima kasih untuk para sahabat yang senantiasa ada di saat saya membutuhkan.

ABSTRAK

Nama peneliti : Oktovio Dos Anjos Araujo (41170080), Pembimbing I Bapak Sirilius Nafanu SE.,MM, Pembimbing II Ibu Imelda Thein SE.,MM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic word of mouth* pada media sosial terhadap keputusan berkunjung (Studi Kasus Pada Padang Fulan fehan Kabupaten Belu). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis kuantitatif, penelitian kuantitatif didasarkan atas perhitungan angka atau bilangan dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dan hasilnya. Variabel bebas (independent) dalam penelitian ini adalah *platform assistance*, *concern for others*, *expressing positive feelings* dan *helping the company* serta variabel terikat (dependent) adalah keputusan berkunjung. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, kuesioner. Subjek dalam penelitian ini pengguna Instagram yang menjadi *followers* akun 'belu.travel' dan sudah pernah berkunjung ke Padang Fulan Fehan dan sampel yang diteliti sebanyak 30 responden. Dari hasil olahan data ditemukan nilai koefisien *Adjusted R Square* sebesar 0,623. Artinya bahwa setelah dilakukan penelitian, diketahui 62,3% keputusan berkunjung dipengaruhi *platform assistance*, *concern for other*, *expressing positive feelings*, dan *helping the company* sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar cakupan penelitian ini. Pengaruh *Platform Assistance* (X_1) Terhadap Keputusan berkunjung (Y) Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,850. Sedangkan t_{tabel} diketahui pada alpha 0,05 sebesar 2,059. Hasilnya, $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($3,850 \geq 2,059$). Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol dan menerima hipotesis alternatif. Artinya, terdapat pengaruh parsial yang signifikan dari *platform assistance* terhadap keputusan berkunjung di Padang Fulan Fehan. Pengaruh *Concern for Others* (X_2) Terhadap Keputusan berkunjung (Y) Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,484. Sedangkan t_{tabel} diketahui pada alpha 0,05 sebesar 2,059. Hasilnya, $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($2,483 \geq 2,059$). Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol dan menerima hipotesis alternatif. Artinya, terdapat pengaruh parsial yang signifikan dari *concern for others* terhadap keputusan berkunjung di Padang Fulan Fehan. Pengaruh *Expressing Positive Feelings* (X_3) Terhadap Keputusan berkunjung (Y) Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,653. Sedangkan t_{tabel} diketahui pada alpha 0,05 sebesar 2,059. Hasilnya, $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($2,653 \geq 2,059$). Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol dan menerima hipotesis alternatif. Artinya, terdapat pengaruh parsial yang signifikan dari *Expressing Positive Feelings* terhadap keputusan berkunjung di Padang Fulan Fehan. Pengaruh *Helping the Company* (X_4) Terhadap Keputusan berkunjung (Y) Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,810. Sedangkan t_{tabel} diketahui pada alpha 0,05 sebesar 2,059. Hasilnya, $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($2,810 \geq 2,059$). Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol dan menerima hipotesis alternatif. Artinya, terdapat pengaruh parsial yang signifikan dari *Helping the Company* terhadap keputusan berkunjung di Padang Fulan Fehan.

Kata kunci : *Platform assistance*, *Concern for others*, *Expressing positive feelings*, *Helping the company* dan Keputusan berkunjung

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul : **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (STUDI KASUS PADA PADANG FULAN FEHAN KABUPATEN BELU)**

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memnuhi syarat-syarat guna untuk dapat mencapai Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Timor Kefamenanu.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Sirilius Nafanu, SE.,MM, sebagai pembimbing I yang telah bersedia dengan tulus hati memberikan arahan, bimbingan dan membantu penulis dalam menyusun skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Imelda Thein, SE.,MM, sebagai pembimbing II yang telah bersedia dengan tulus hati membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini dengan baik.
3. Rekan-rekan mahasiswa yang selalu bekerja sama dan memberi dukungan kepada penulis selama mengerjakan skripsi ini.

4. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan moril sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Kefamenanu, 18 Maret 2022

Penulis,

(Oktovio Dos Anjos Araujo)

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Surat Pernyataan.....	iv
Moto.....	v
Persembahan.....	vi
Abstrak.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11

BAB II KAJIAN DAN KERANGKA BERPIKIR

2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pariwisata.....	12
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	13
2.2 Keputusan Berkunjung.....	21
2.3 Penelitian Terdahulu.....	24
2.4 Hubungan Teoritis Antar Variabel Dan Perumusan Hipotesis.....	26

2.4.1 Hubungan <i>Platform Assistance</i> (X ₁) Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung (Y).....	26
2.4.2 Hubungan <i>Concern For Others</i> (X ₂) Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)	27
2.4.3 Hubungan <i>Expressing Positive Feelings</i> (X ₃) Pada Media Sosial terhadap keputusan Berkunjung (Y)	28
2.4.4 Hubungan <i>Helping the Company</i> (X ₄) Pada Media Sosial terhadap keputusan berkunjung (Y)	29
2.4.5 Hubungan Platfrom Assiztance (X ₁), Concern for Others (X ₂), Expressing Positine Feelings (X ₃) dan Helping the company (X ₄) sama-sama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y)	30
2.5 Kerangka Berpikir.....	31
2.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Penelitian.....	38
3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.3.1 Jenis Data.....	39
3.3.2 Sumber Data.....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Variabel Penelitian.....	41

3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	41
3.6.1 Uji Validitas.....	41
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.1 Uji Normalitas.....	43
3.8 Teknik Analisis Data.....	44
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	44
3.9 Uji Hipotesis.....	48
3.9.1 Uji Keباikan Model (Uji t).....	48
3.9.2 Uji Kontribusi Variabel (Uji F).....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum lokasi Penelitian.....	50
4.2 Akun belu.travel.....	51
4.3 Gambaran Umum Responden.....	52
4.3.1 Karakter Ristik Responden Menurut Usia.....	53
4.3.2 Karakter Ristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	54
4.3.3 Karakter Ristik Responden Menurut Pendidikan Terkir.....	55
4.3.4 Karakter Ristik Responden Menurut Pekerjaan.....	56
4.3.5 Karater Ristik Responden Menurut Lama Bergabung di Instagram...	57
4.4 Hasil Uji Instrumen.....	58

4.4.1 Uji Validitas.....	58
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	60
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.5.1 Uji Normalitas.....	62
4.6 Hasil Analisis Data.....	63
4.6.1 Analisis Deskriptif.....	63
4.6.2 Hasil Analisis Regresi.....	69
4.7 Hasil Pengujian Uji Hipotesis.....	85
4.7.1 Uji Keباikan Model (Uji T).....	85
4.7.2 Uji Kontribusi Variabel (Uji F).....	87
4.7.3 Uji Kontribusi Model.....	89
4.8 Pembahasan.....	90
4.8.1 Pengaruh <i>Platform assistance</i> (X1) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y).....	90
4.8.2 Pengaruh <i>Concern for others</i> (X2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y).....	92
4.8.3 Pengaruh <i>Expressing positive feelings</i> (X3) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y).....	93
4.8.4 Pengaruh <i>Helping the company</i> (X4) terhadap keputusan Berkunjung (Y).....	95
4.8.5 Pengaruh <i>Platform assistance</i> (X1), <i>Concern for others</i> (X2), <i>Expressing positive feelings</i> (X3), <i>Helping the company</i> (X4) Terhadap Keputusan Berkunjung(Y).....	96

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Objek Wisata Yang Ada Di Kabupaten Belu.....	3
Tabel 2. Dimensi <i>e-WOM</i> Yang Tidak Di Gunakan.....	19
Tabel 3. Variabel Dimensi Operasional.....	34
Tabel 4. Hasil Uji validitas.....	59
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 6. Variabel <i>Platform Assistance</i> (X_1).....	64
Tabel 7. Variabel <i>Concern For Others</i> (X_2).....	65
Tabel 8. Variabel <i>Expressing Positive Feelings</i> (X_3).....	66
Tabel 9. Variabel <i>Helping The Company</i> (X_4).....	67
Tabel 10. Variabel Keputusan Berkunjung (Y).....	68
Tabel 11. Regresi Sederhana Pengaruh Variabel X_1 dan Y	70
Tabel 12. Regresi Sederhana Pengaruh Variabel X_2 dan Y	73
Tabel 13. Regresi Sederhana Pengaruh Variabel X_3 dan Y	76
Tabel 14. Regresi Sederhana Pengaruh Variabel X_4 dan Y	79
Tabel 15. Hasil Pengujian Regresi.....	82
Tabel 16. Coefficients ^a	85
Tabel 17. Anova ^a	88
Tabel 18. Model Summary ^b	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tampilan Akun belu.travel.....	6
Gambar 2 Kerangka Berpikir.....	33