

**PENGARUH AKSESIBILITAS DAN DAYA TARIK WISATA
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE *CENTRAL
PARK* MEIKARTA YANG DI MEDIASI OLEH *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (E-WOM)***

TESIS



**OLEH:
DEDE MULYANA
NIM : 202210070**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH AKSESIBILITAS DAN DAYA TARIK WISATA
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE *CENTRAL
PARK* MEIKARTA YANG DI MEDIASI OLEH *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (E-WOM)***

TESIS

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Magister Manajemen



OLEH:

DEDE MULYANA

NIM : 202210070

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang Bertandatangan Dibawah Ini, Dosen Pembimbing Tesis :

Nama : Dede Mulyana

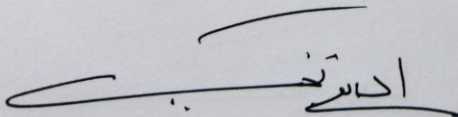
NIM : 202210070

Judul Tesis : PENGARUH AKSESIBILITAS DAN DAYA TARIK
WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE
CENTRAL PARK MEIKARTA YANG DI MEDIASI OLEH
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti sidang tesis pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa

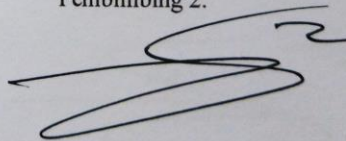
BEKASI, 05 Juli 2024

Pembimbing 1.



Dr. Adibah Yahya, S.E.,M.M.,Ak
NIDN : 0414068102

Pembimbing 2.



Dr. H. Sunita Dasman, A.Md.T.,M.M
NIDN : 0403087103

PENGESAHAN PUBLIKASI PENGGANTI UJIAN SIDANG TESIS

TESIS

**PENGARUH AKSESIBILITAS DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE *CENTRAL PARK* MEIKARTA YANG DI
MEDIASI OLEH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)***

Dipersiapkan dan disusun oleh :

DEDE MULYANA

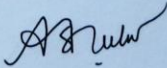
202210070

Telah dipublikasikan pada jurnal IJEDR: *International Journal of Economics Development Research*, Volume 6 nomor 1, Juli tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen.

Bekasi, 23, Juli, 2024
Ka.Prodi Magister Manajemen


Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M
NIDN : 0313037903

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Preatmi Nurastuti S.E., M.M
NIDN : 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dede Mulyana
NIM : 202210070
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 23 Juli 2024

Yang bertanda tangan



Dede Mulyana

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Mahkota seseorang adalah akalnyanya. Derajat seseorang adalah agamanya. Sedangkan kehormatan seseorang adalah budi pekertinya.”

(Sayyidina Umar Bin Khattab)

“Ilmu itu berhubungan erat dengan amal, maka barang siapa beramal, ia pasti berilmu.”

(Sayyidina Ali Bin Abi Thalib)

“Ada yang diberi umur panjang, namun kurang bermaafat, ada pula yang diberi umur pendek namun ia banyak bermanfaat.”

(Ahmad Ibn Atha'illah As-Sakandari)

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Cecep Manudin, Ibunda Entin Supartini yang selalu memotivasi dan membingbing saya dalam hidup. Serta keluarga besar kakak dan adik yang selalu memberikan semangat dan do'a
2. Keluarga tercinta yang selalu memberikan saya support dan semangat selama proses penyusunan tesis
3. Bapak Dan Ibu Dosen Universitas Pelitas Bangsa Prodi Magister Manajemen yang telah memberikan saya pengetahuan dan teladan yang sangat berharga.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan baik. Tesis dengan judul “Pengaruh Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke *Central Park* Meikarta Yang Dimediasi Oleh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*” Penyusunan Tesis ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh Strata Dua Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat di selesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardi Putra, S.K.M., M.M., D.B.A selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa, yang telah memberi kesempatan dan dukungan moril kepada peneliti
3. Ibu Anna Wulandari S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi penyusunan untuk dapat menyelesaikan tesis ini.
4. Ibu Adibah Yahya, S.E., M.M., Ak selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberi support, bimbingan, arahan, koreksi, dan saran bagi peneliti selama proses penyusunan tesis.
5. Bapak Dr. H. Sunita Dasmay, A.Md.T., M.M selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberi *support*, bimbingan, arahan, koreksi, dan saran bagi peneliti selama proses penyusunan tesis.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Magister Manajemen Universitas Pelita Bangsa yang telah memberikan ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi peneliti.

7. Orang tuaku tercinta Bapak Cecep Manudin dan Ibu Entin Supartini yang tak henti-hentinya memberikan nasihat dan motivasi baik materil dan non materil. Tiada kata yang dapat menggambarkan segala budi yang telah mereka berikan kepada peneliti.
8. Ibu Siska Nur Khoti'ah yang selalu memberikan support, motivasi dan semangat selama proses penyusunan tesis ini.
9. Temen-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Magister Manajemen Universitas Pelita Bangsa angkatan 2022, terima kasih atas saran dan semangat yang diberikan.
10. Semua pihak yang tidak bias disebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama menyusun tesis ini.

Semoga Allah SWT membalas seluruh amal budi baik dengan Ridho-Nya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tesis ini. Akhir kata, penulis hanya berharap semoga tesis ini bermanfaat.

Bekasi, 23 Juli 2024

(Dede Mulyana)

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PUBLIKASI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRACT	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Keputusan	11
2.1.3 Berkunjung	12
2.1.4 Keputusan Berkunjung	12
2.1.5 Electronic Word Of Mouth (E-WOM).....	13
2.1.6 Aksesibilitas	15
2.1.7 Daya Tarik Wisata.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Hipotesis dan Metode Penelitian	31
2.3.1 Hipotesis	31
2.3.2 Model Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
3.2 Jenis dan Desain Penelitian	39
3.2.1 Jenis Penelitian	39
3.2.2 Desain Penelitian	40
3.3 Operasional Variabel	42
3.4 Populasi, Sampel dan Pengumpulan Sampel.....	47

3.5 Jenis Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	48
3.5.1 Jenis Data.....	48
3.5.2 Sumber Data	48
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	51
3.6.1 Metode Analisis.....	51
3.6.2 Uji Hipotesis	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	55
4.2 Karakteristik Responden.....	56
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.3 Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	58
4.2.4 Responden Berdasarkan Domisili	59
4.2.5 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	60
4.3 Hasil Analisa Data	61
4.3.1 Analisa Outer Model	61
4.3.2 Analisa Inner Model	66
4.3.3 Analisa Hipotesis.....	67
4.3.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Implikasi Manajerial.....	75
5.3 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara	1
Tabel 1.2 Kesenjangan Penelitian	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2.2 Arah dan Sumber Penelitian	37
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.3 Skor Kategori Skala Likert	49
Tabel 3.4 Kriteria Penilaian PLS	52
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status Pernikahan	58
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Domisili	59
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	60
Tabel 4.6 <i>Outer Loading</i>	63
Tabel 4.7 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	64
Tabel 4.8 <i>Cronbach's Alpha</i>	65
Tabel 4.9 <i>Composite Reliability</i>	65
Tabel 4.10 Uji R Square.....	66
Tabel 4.11 <i>Path Coefficient</i>	68
Tabel 4.12 <i>Specific Indirect Effects</i>	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	37
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	41
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Status Pernikahan	59
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Domisili	60
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
Gambar 4.6 <i>Path Outer Model</i>	62
Gambar 4.7 <i>Hasil Bootstrapping</i>	67

***THE EFFECT OF ACCESSIBILITY AND TOURIST ATTRACTION
ON THE DECISION TO VISIT MEIKARTA CENTRAL PARK
MEDIATED BY ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)***

*Dede Mulyana¹
Adibah Yahya²
Sunita Dasman³*

Abstract

The needs of tourists are now increasingly diverse and demand the renewal of the products provided. This is done so that tourists do not feel bored with monotonous products. One of them is in Cikarang which currently has more and more tourist attractions such as waterboom, djamoe village, saung ranggon, sehati park and one of the latest tourist attractions, namely Central Park Meikarta. This study investigates The Effect of Accessibility and Tourist Attraction on the Decision to Visit Meikarta Central Park Mediated by Electronic Word Of Mouth (E-WOM) using a quantitative approach analyzed through SmartPLS. The research examines how accessibility and tourist attraction influence visitor decisions at Meikarta Central Park, and how Electronic Word Of Mouth (E-WOM) mediates these relationships. Data were collected from visitors using questionnaires, and analysis using SmartPLS 3.0 confirmed significant direct and mediated effects. The findings underscore the importance of enhancing accessibility, improving tourist attractions, and leveraging E-WOM in attracting and retaining visitors to the park.

Keywords : Accessibility, Tourist Attraction, Decisions To Visit, Electronic Word Of Mouth (E-Wom)

- 1) Dede Mulyana*
- 2) Adibah Yahya*
- 3) Sunita Dasman*

**PENGARUH AKSESIBILITAS DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE *CENTRAL PARK* MEIKARTA YANG
DI MEDIASI OLEH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)***

*Dede Mulyana*¹
*Adibah Yahya*²
*Sunita Dasman*³

Abstrak

Kebutuhan wisatawan saat ini semakin beragam dan menuntut pembaharuan produk yang disediakan. Wisatawan juga menuntut keanekaragaman produk yang disediakan. Hal ini dilakukan agar wisatawan tidak merasa bosan dengan produk yang monoton. Salah satunya di Cikarang yang saat ini makin banyak tempat wisata seperti *waterboom*, kampung djamoe, saung ranggon, taman sehati dan salah satu wisata yang terbaru yaitu *Central Park* Meikarta. Penelitian ini meneliti Pengaruh Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ke Meikarta *Central Park* yang Dimediasi oleh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* menggunakan pendekatan kuantitatif yang dianalisis melalui SmartPLS. Penelitian ini mengkaji bagaimana aksesibilitas dan daya tarik wisata mempengaruhi keputusan pengunjung di Meikarta *Central Park*, serta bagaimana *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* memediasi hubungan-hubungan tersebut. Data dikumpulkan dari pengunjung menggunakan kuesioner, dan analisis menggunakan *SmartPLS* 3.0 mengkonfirmasi adanya efek langsung dan efek mediasi yang signifikan. Temuan ini menekankan pentingnya meningkatkan aksesibilitas, meningkatkan daya tarik wisata, dan memanfaatkan *E-WOM* dalam menarik dan mempertahankan pengunjung di taman tersebut.

Kata kunci : Aksesibilitas, Daya Tarik Wisata, Keputusan Berkunjung, *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*

- 1) Dede Mulyana
- 2) Adibah Yahya
- 3) Sunita Dasman