

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE PANTAI MENGANTI KABUPATEN KEBUMEN JAWA TENGAH

SKRIPSI



**OLEH :
UCHI MEI MARLIANA
NIM : 112010144**

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

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE PANTAI MENGANTI KABUPATEN KEBUMEN JAWA TENGAH

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH :
UCHI MEI MARLIANA
NIM : 112010144

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Uchi Mei Marlina
NIM : 112010144
Judul Skripsi : Pengaruh *Digital marketing, Electronic Word Of Mouth,*
Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Pantai
Menganti Kabupaten Kebumen Jawa Tengah

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian Skripsi pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 16 Juni 2024

Pembimbing,



Langgeng Sri Handayani.,S.E.,M.M.

NIDN : 0407056902

SKRIPSI

***PENGARUH DIGITAL MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH,
DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE PANTAI
MENGANTI KABUPATEN KEBUMEN JAWA TENGAH***

Dipersiapkan dan disusun oleh:
UCHI MEI MARLIANA
112010144

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Ir. Kurbandi Satpatmanty B.R., M.M., D.B.A.
NIDN: 0406046703

Tanda Tangan



Anggota Penguji
Dr. R.R. Wening Ken Widodasih, S.H., M.M.
NIDN: 0413056903

Tanda Tangan



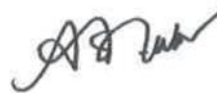
Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.
NIDN: 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jika Kamu Melangkah Mungkin Ada Hasil Mungkin Tidak Ada Hasil Tapi Jika Kamu Tidak Melangkah Sudah Pasti Tidak Ada Hasil.”

(Mahatma Gandhi)

“Hatiku tenang karena mengetahui apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.”

(Umar Bin Khattab)

Karya ini kupersembahkan untuk:

- Diriku sendiri yang sudah berjuang dan berusaha sejauh ini, bertanggung jawab menyelesaikan apa yang sudah dimulai.
- Bapak Suryono dan Ibu Sutarmi tercinta yang senantiasa memberikan cinta kasihmu dan mendo'akan yang terbaik, serta semua keluargaku Mbak Yuli, Mbak Tuti, Mbak Yani yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.
- Suamiku tercinta Feby Andi Kristiawan yang sudah memberikan dukungan penuh, menjadi sosok pendamping yang setia, menghibur dan menemani setiap proses penyusunan skripsi ini.
- Ibu Langgeng Sri Handayani.,S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan Skripsi.
- The Threenity Maghdina Jayanty, Sulis Eko Prasetyo dan semua Teman-Temanku yang senantiasa menyemangati dan mendoakan yang terbaik untukku.
- Bapak dan Ibu Dosen serta para Staff Universitas yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Uchi Mei Marlina
NIM : 112010144
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya 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, 16 Agustus 2024



Uchi Mei Marlina

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Digital marketing, Electronic Word Of Mouth*, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Pantai Menganti Kabupaten Kebumen Jawa Tengah”. Penyusunan Skripsi ini merupakan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera.,S..KM.,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 (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
3. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS., S.E., Msc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staff yang telah memberikan kontribusi bagi penulis baik administrasi maupun fasilitas dalam penulisan Skripsi Mahasiswa.
4. Langgeng Sri Handayani S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang dapat sabar memberikan bimbingan dan motivasi dalam penyusunan proposal skripsi
5. Tim Penguji yang telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya proposal skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang telah membimbing,mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuanmaupun penyelesaian Proposal Skripsi ini.

7. Orang tua tercinta semoga anakmu ini bisa membawa kebaikan untuk mengantarkan orang tua ke surga amiinn. Serta keluarga tercinta yang selalu mendukung saya disaat suka maupun duka.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa
9. Semua pihak yang mendukung keberhasilan skripsi saya, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 16 Agustus 2024
Penulis,

Uchi Mei Marlina

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Keputusan Berkunjung	9
2.1.2 Digital marketing.....	13
2.1.3 EWOM.....	16
2.1.4 Fasilitas.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	20
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	22
2.3.1 Hipotesis	22
2.3.2 Model Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	27
3.1.1 Jenis Penelitian	27
3.1.2 Desain Penelitian	27
3.1.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	32
3.3 Metode Pengumpulan Data	33
3.4 Metode Analisis	34
3.4.1 Karakteristik Responden	34
3.4.2 Uji Asumsi Klasik	36

3.4.3 Uji Regresi Linier Sederhana	38
3.4.4 Uji Hipotesis.....	38
3.4.5 Uji Koefisien Korelasi.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian	42
4.1.2 Gambaran Umum Responden	44
4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	48
4.1.5 Uji Hipotesis.....	54
4.2 Pembahasan	56
4.2.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Berkunjung.....	56
4.2.2 Pengaruh EWOM Terhadap Keputusan Berkunjung.....	56
4.2.3 Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung	57
BAB V PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Linkert	34
Tabel 3. 3 Interval Koefisien Korelasi	40
Tabel 4. 1 Uji Validitas Variabel Digital Marketing (X1).....	45
Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel EWOM (X2).....	46
Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Fasilitas (X3).....	47
Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	47
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4. 6 Uji Normalitas	48
Tabel 4. 7 Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4. 8 Uji Autokolerasi	51
Tabel 4. 9 Uji Regresi Linier Sederhana Digital Marketing (X1).....	52
Tabel 4. 10 Uji Regresi Linier Sederhana EWOM (X2)	53
Tabel 4. 11 Uji Regresi Linier Sederhana Fasilitas (X3).....	53
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi (r^2)	54
Tabel 4. 13 Uji T.....	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Pengunjung Wisatawan Pantai Menganti di Kabupaten Kebumen, Tahun 2019 - 2023.....	2
Gambar 2. 1 Tahap – tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	11
Gambar 2. 2 Model Penelitian.....	25
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	27
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Koperasi Sengkuyung Makmur Menganti	44
Gambar 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4. 3 Uji Histogram.....	49
Gambar 4. 4 Uji Normal P-P Plot Of Regresion	49
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heterokedastisitas	51
Gambar 4. 6 Pantai Menganti Kebumen	67

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Mapping Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	63
Lampiran 2 Gambar Pantai Menganti	67
Lampiran 3 Lembar Kuesioner.....	68
Lampiran 4 Kuesioner Pernyataan	70
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner	74
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	92
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	96
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	98
Lampiran 9 Hasil Uji Linier Sederhana.....	101
Lampiran 10 Distribusi Table T.....	103
Lampiran 11 Riwayat Hidup	104

***The Influence Of Digital Marketing, Electronic Word Of Mouth, And Facilities
On The Decision To Visit Menganti Beach, Kebumen Regency, Central Java***

Uchi Mei Marliana ¹⁾
Langgeng Sri Handayani ²⁾

Abstract

Menganti Beach is one of the beautiful beaches in Kebumen Regency, Central Java. Menganti Beach is a popular tourist destination for local and foreign tourists looking for a place to relax, enjoy nature, and experience the charm of the amazing beach. Tourist visits in 2019 - 2022 showed an increasing trend, but in 2023 it decreased by 24%. This study aims to determine the effect of digital marketing, electronic word of mouth, and facilities on the decision to visit Menganti Beach. This study uses a quantitative approach using a questionnaire. The population in this study were tourists who had visited Menganti Beach. The sample used in this study was 100 respondents. The sampling used in the study used non-probability sampling techniques and used the purposive sampling method. This study uses a simple linear test, as well as a t-test. based on the partial t-test, the variables Digital Marketing (X1), Electronic Word Of Mouth (X2), and Facilities (X3) were proven to have a positive and significant effect on the Decision to Visit (Y).

Keywords: digital marketing, electronic word of mouth, facilities, decision to visit

- 1) *Student*
- 2) *Lecturer*

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE
PANTAI MENGANTI KABUPATEN KEBUMEN JAWA TENGAH**

Uchi Mei Marliana ¹⁾
Langgeng Sri Handayani ²⁾

ABSTRAK

Pantai Menganti merupakan salah satu pantai yang indah di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Pantai Menganti adalah destinasi wisata yang populer bagi wisatawan lokal maupun mancanegara yang mencari tempat untuk bersantai, menikmati alam, dan merasakan pesona pantai yang menakjubkan. Kunjungan wisatawan pada tahun 2019 - 2022 menunjukkan tren peningkatan, namun pada tahun 2023 mengalami penurunan sebesar 24%. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing*, *electronic word of mouth*, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung ke pantai menganti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke pantai menganti. Sample yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengambilan sample yang digunakan pada penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* dan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan uji linier sederhana, serta uji t. berdasarkan uji t secara parsial variabel *Digital Marketing* (X1), *Electronic Word Of Mouth* (X2), dan Fasilitas (X3) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Kata kunci : *digital marketing*, *electronic word of mouth*, fasilitas, keputusan berkunjung