

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN
KE HUTAN PINUS MANGUNAN**

***THE IMPACT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH IN SOCIAL MEDIA
INSTAGRAM TOWARD TOURIST' VISIT DECISIONS
TO PINUS MANGUNAN FOREST***



Oleh
ANTON SUNGKOWO
20140410299

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN
KE HUTAN PINUS MANGUNAN**

***THE IMPACT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH IN SOCIAL MEDIA
INSTAGRAM TOWARD TOURIST' VISIT DECISIONS
TO PINUS MANGUNAN FOREST***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
ANTON SUNGKOWO
20140410299

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

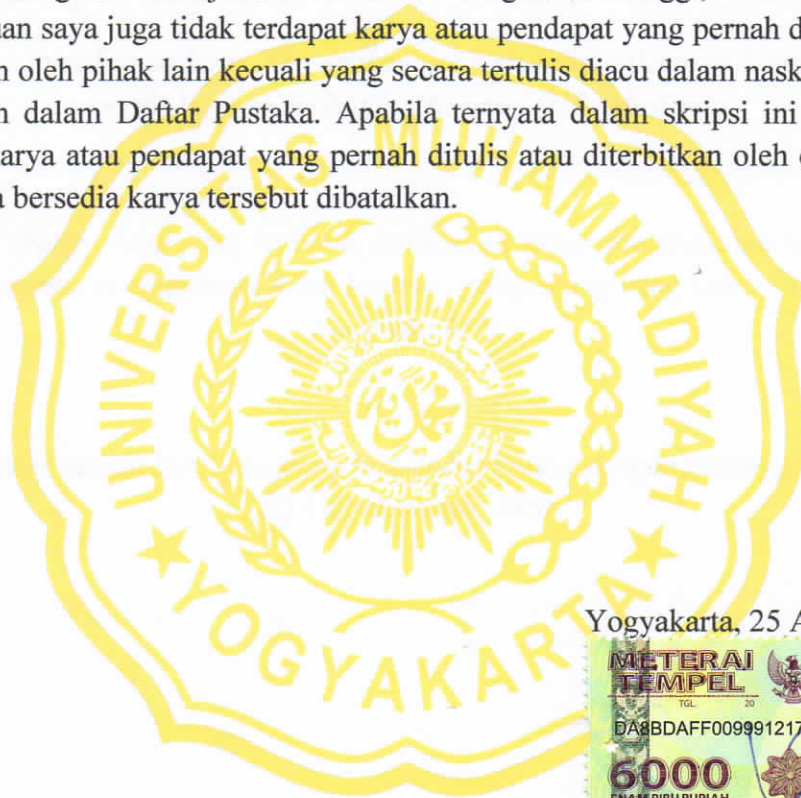
PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Anton Sungkowo

Nomor Mahasiswa : 20140410299

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE HUTAN PINUS MANGUNAN”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.



Yogyakarta, 25 April 2019



Anton Sungkowo

MOTTO

“Memulai dengan penuh keyakinan, menjalankan dengan penuh keikhlasan,
menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”

“Kesempatan untuk sukses akan selalu ada, asalkan ada kemauan dan berani
mencoba”

*“Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik,
maka ia akan memanfaatkanmu” (HR. Muslim)*

*“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai
penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” (Q.S Al-
Baqarah: 153)*

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Q.S Al-Baqarah: 286)*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah dan persetujuan-Nya telah diberikan kepadaku orang-orang yang baik dan mendukungku dalam mengerjakan skripsi ini, hingga diberi kemudahan dalam menyelesaikannya. Untuk itu saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. (Alm) Ibuku Semiati, yang selama masa hidupnya selalu memberikan kasih sayangnya, dukungan serta motivasi untuk selalu mengutamakan sekolahku. Dan Bapakku Sajimin yang tiada henti mendoakan dan memberikan dukungan secara moral maupun materi.
2. Kakak-kakakku Indra dan Dian, yang telah memberikan semangat, dukungan, dan menjadi tempat untuk berbagi keluh kesah selama ini.
3. Teman-temanku yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih atas segala canda tawa yang sering terbagi, bantuan dan dukungan yang menjadikan sebuah semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* pada Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan”

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., AK, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi dan penelitian di jurusan Manajemen.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., M.M. selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberikan masukan dengan sabar, tulus, ikhlas selama penulis menyelesaikan karya tulis ini.

4. Bapak Sajimin, Ibu Semiati (alm) dan kakak-kakakku yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a tiada henti kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi ini.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari adanya kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, diharapkan kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 3 April 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. <i>Electronic Word of Mouth</i>	9
2. Keputusan Pembelian.....	15
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Penurunan Hipotesis	18
D. Model Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Objek/Subjek Penelitian.....	23
B. Jenis Data	23
C. Teknik Pengambilan Sampel	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	25
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
F. Uji Kualitas Instrumen	29
1. Uji Validitas	29
2. Uji Reliabilitas	29
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	29
1. Metode Analisis Data.....	29
2. Uji Kualitas Model.....	31
3. Uji Hipotesis	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33

	A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	33
	B. Uji Kualitas Instrumen	35
	1. Uji Validitas	35
	2. Uji Reliabilitas	37
	C. Hasil Penelitian	38
	1. Hasil Analisis Data	38
	2. Hasil Uji Kualitas Model	39
	3. Hasil Uji Hipotesis	41
	D. Pembahasan.....	43
BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	
	PENELITIAN	47
	A. Simpulan	47
	B. Saran	47
	C. Keterbatasan Penelitian.....	48
	DAFTAR PUSTAKA	50
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1. Waktu Yang Dibutuhkan Instagram Untuk Meningkatkan 100 Juta Pengguna	2
2.1. Mapping Penelitian Terdahulu.....	16
4.1. Karakteristik Responden	34
4.2. Uji Validitas	36
4.3. Uji Reliabilitas	37
4.4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
4.5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	40
4.6. Hasil Uji F.....	41
4.7. Hasil Uji t.....	41

DAFTAR GAMBAR

1.1. Perilaku Pengguna Internet Indonesia	3
2.1. Model Penelitian	22