

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KAWASAN WISATA GUNUNG GALUNGGUNG**



SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata di Program Studi S-1 Industri Pariwisata*

Oleh:
Sendi Maulana Fahreji
2102030

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PARIWISATA
KAMPUS DAERAH SUMEDANG
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

LEMBAR HAK CIPTA

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE KAWASAN WISATA GUNUNG GALUNGGUNG

Oleh
Sendi Maulana Fahreji

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada program studi Industri Pariwisata

© Sendi Maulana Fahreji 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Juni 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

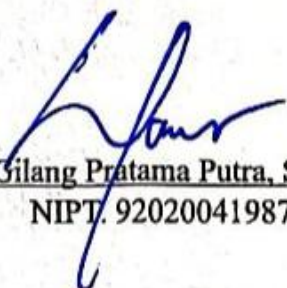
LEMBAR PENGESAHAN
SENDI MAULANA FAHREJI
PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KAWASAN WISATA GUNUNG GALUNGGUNG

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing 1


Dally Nur Arif, S.Pd., M.Pd.
NIP. 920209419900130101

Dosen Pembimbing 2


Gilang Pratama Putra, S.Pd., M.Pd.
NIP. 920200419870218101

Mengetahui,
Plt. Ketua Program Studi Industri Pariwisata
Universitas Pendidikan Indonesia
Kampus Sumedang


Dr. Maulana, S.Pd., M. Pd.
NIP. 198001252002121002

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sendi Maulana Fahreji

NIM : 2102030

Program Studi : Industri Pariwisata

Judul Karya : Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kawasan Wisata Gunung Galunggung

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Sumedang, 02 Juni 2025

Sendi Maulana Fahreji

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KAWASAN WISATA GUNUNG GALUNGGUNG**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke kawasan wisata gunung Galunggung. Saat ini seseorang cenderung menggunakan internet dan sosial media untuk berkomunikasi dan bertukar informasi. Hal tersebut menjadi peluang bagi para pelaku industri pariwisata untuk memasarkan produknya secara cepat dan dengan jangkauan yang luas. Akan tetapi pada kenyataannya jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan Gunung Galunggung terus menurun dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan studi awal hanya 3 dari 10 orang Gen-Z yang mengetahui kawasan Galunggung, hasil tersebut menunjukkan bahwa Galunggung belum terlalu dikenal terutama di kalangan Gen-Z. Padahal seseorang memiliki kecenderungan tinggi untuk berkunjung setelah mengetahui dan mendapatkan informasi yang menarik mengenai destinasi tersebut. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain korelasional. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala likert melalui *google form*, yang disebarakan kepada 400 responden dengan kriteria wisatawan yang sedang berkunjung atau pernah berkunjung ke Galunggung. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program *SPSS 25*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 4 dari 6 indikator E-WoM, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, yaitu *Intensity*, *Valence of Opinion*, *Content*, dan *Source Credibility*. Sedangkan *Accuracy* dan *Helping Company* secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan. Secara simultan indikator tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara keseluruhan variabel E-WoM memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke kawasan Galunggung yaitu sebesar 63,6%. Dengan hasil tersebut diharapkan pengelola dapat meningkatkan dan memaksimalkan E-WoM di Galunggung sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth* (E-WoM), Keputusan Berkunjung, Gunung Galunggung

**THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH
ON TOURIST VISITING DECISIONS
TO THE MOUNT GALUNGGUNG TOURISM AREA**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Electronic Word of Mouth on the decision to visit tourists to the Galunggung mountain tourism area. Nowadays, people tend to use the internet and social media to communicate and exchange information. This is an opportunity for tourism industry players to market their products quickly and with a wide range. However, in reality the number of tourist visits to the Galunggung Mountain area has continued to decline in recent years. Based on an initial study of only 3 out of 10 Gen-Z people who know the Galunggung area, these results show that Galunggung is not yet well known, especially among Gen-Z. Whereas someone has a high tendency to visit after knowing and getting interesting information about the destination. The method used is quantitative with a correlational design. The research instrument used a questionnaire with a Likert scale through Google Form, which was distributed to 400 respondents with the criteria of tourists who were visiting or had visited Galunggung. The data were analyzed using multiple linear regression analysis with the SPSS 25 program. The results showed that 4 out of 6 E-WoM indicators partially had a significant effect on visiting decisions, namely Intensity, Valence of Opinion, Content, and Source Credibility. While Accuracy and Helping Company partially have no significant effect. Simultaneously, these indicators have a significant influence on visiting decisions. Overall, the E-WoM variable has a significant influence on the decision to visit tourists to the Galunggung area, which is 63.6%. With these results, it is hoped that the manager can improve and maximize E-WoM in Galunggung so that it can increase the number of tourist visits.

Keywords: Electronic Word of Mouth (E-WoM), Visiting Decision, Galunggung Mountain

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
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 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
BAB II	
KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Berpikir.....	24
2.4 Hipotesis.....	26
BAB III	
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Desain Penelitian.....	28
3.2 Partisipan.....	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Instrumen Penelitian.....	30
3.5 PROSEDUR PENELITIAN.....	38
3.6 ANALISIS DATA	39

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
4.2 Hasil Penelitian	48
4.3 Pembahasan.....	73

BAB V

SIMPULAN & SARAN.....	78
5.1 Simpulan	78
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, W. (2017). *Analisa Kebutuhan Latihan Fisik Cabang Olah Raga Sepak Takraw Nomor Beregu Putra*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Amini, A. A., & Suriadi, I. (2023). Pengaruh Pariwisata Alam Terhadap Kesejahteraan Masyarakat, Studi Kasus Pada Wisata Alam Di Kelurahan Tanjung Karang Kota Mataram. *EKONOBIS*, 9(1), 23–34.
- Andriani, N., & Ma'rifatullaili, N. (2022). The Influence of E-WoM and Destination Image on Tourist Visiting Decisions to Ekasoghi Beach Sumenep Regency. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 2(6), 869–878. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1335>
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athiollah, M. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R. *Jurnal BUDIMAS*, 3(2), 327–334.
- APJII. (2024). *Survei Penetrasi & Perilaku Internet 2024*.
- Aprilia, F., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 24(1)*, 1–6.
- Arif, Sukaryadi, & Fatimaturrahmi. (2017). Pengaruh Ketersediaan Sumber Belajardi Perpustakaan Sekolah Terhadap Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS Terpadu SMP Negeri 1 Praya Barat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 1(2), 108–116.
- Arif, Sukuryadi, & Fatimaturrahmi. (2017). Pengaruh Ketersediaan Sumber Belajardi Perpustakaan Sekolah Terhadap Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ips Terpadusmp Negeri 1 Praya Barat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 1(2), 108–116.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ariyanto, M. Z. (2018). *Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Obyek Wisata Pulau Panjang Kabupaten Jepara)*. Universitas Negeri Semarang.
- Aryani, E. T., & Kurnianingsih, H. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kepercayaan Merek, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Di Surakarta. *Jurnal Maneksi*, 12(2), 368–377.
- Aziz, M. I., Astari, A. A. E., & Indiani, N. luh. (2022). Peran Electronic Word Of Mouth Dan Trust Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Masa Pandemi (Pada Objek Wisata Air Terjun Tegenungan). *Nusantara Hasana Journal*, 2(3), 279–286.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024* (Direktorat Diseminasi Statistik, Ed.; Vol. 52). Badan Pusat Statistik.

- Budi, A. D. A. S., Septiana, L., & Mahendra, B. E. P. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 03(01), 1–11.
- DISPARPORA KABUPATEN TASEKMALAYA. (2023). *Data Kunjungan Wisatawan Ke Kawasan Wisata Galunggung 2017-2022*.
- Ferdinan, Y., Makmur, M., & Ribawanto, H. (2016). Pengembangan Wisata Alam Berbasis Ekowisata Dalam Perspektif Pelayanan Publik (Studi pada Disparbud Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 3(12), 2123–2127.
- Fristmana, E. (2020). Hubungan Kerjasama Pengelolaan Objek Wisata Gunung Galunggung Antara Pemerintah Daerah Kabupaten Tasikmalaya Dengan Perum Perhutani Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. *Aktualita (Jurnal Hukum)*, 3(1), 290–302. <https://doi.org/10.29313/aktualita.v0i0.5351>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustiani, M. (2018). Peran Electronic Word Of Mouth Dalam Membangun Citra Destinasi Guna Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Suatu Destinasi Pariwisata. *Kompetensi*, 12(2), 266–279.
- Hartawan, A., Mafra, nisa ulul, & Heryati. (2021). Pengaruh Budaya Kerja dan Kemampuan Terhadap Komitmen Pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Empat Lawang. *Jurnal Manivestasi*, 3(2), 146–155.
- Hasan, A. (2015). *Torism Marketing* (T. Admojo, Ed.; 1st ed.). CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasibuan, K. A., Nasution, S. L., & Halim, A. (2023). The Influence of Price, Word of Mouth and Servicescape on Consumer Purchasing Decisions at Ayos Coffe Rantauprapat Café Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Café Ayos Coffe Rantauprapat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2979–2989. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Heidi Siddiq. (2023). The Effect of Number of Tourist Visits and Tourism Object Retribution on Local Revenue (Case Study: Tourism, Youth and Sports Office of Tasikmalaya Regency). *Indonesian Journal of Banking and Financial Technology*, 1(2), 137–156. <https://doi.org/10.55927/fintech.v1i2.3838>
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2016). Analisis Faktor Elektronik Word Of Mouth (Ewom) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Tourism and Hospitality Essentials (THE)*, 4(2), 1049–1060. www.lada.gov.my

- Illah, A. N., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2019). Pengaruh Citra Destinasi dan E-WoM di Media Sosial Instagram serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata B29 di Kabupaten Lumajang (Effect of Destination Image, E-WoM in Social Media Instagram and Consumer Perception on Decision to Visit Object of B29 in Lumajang Regency). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 164–170.
- Jafaruddin, N., Noor, T. I., & Karyani, T. (2020). Variables Influencing the Potency of Community Based Coffee Agro-Tourism in Mount Galunggung, Tasikmalaya, Indonesia. *Pelita Perkebunan (a Coffee and Cocoa Research Journal)*, 36(3), 267–276. <https://doi.org/10.22302/iccri.jur.pelitaperkebunan.v36i3.454>
- Janneth¹, Z., & Sari², D. (2022). Pengaruh Trust, Perceived Risk, Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Intention to Use pada Layanan Gopay di Kota Bandung. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 273–279. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1627>
- Joceline. (2022). *Strategi Public Relations Dalam Membangun Brand Image (Studi Kasus Pada Menantea)*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Kamilah, L. N. (2020). *Pengaruh electronic Word Of Mouth (Ewom) Pada Minatbeli Pelanggan Di Situs social Commerce media Sosial Instagram*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Karini, R. S. R. A. (2019). Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Di Tahura Ir. H. Djuanda. In *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* (Vol. 12, Issue 1).
- Kartika, T., Yusuf, S., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Peta Jalan Pendidikan Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 276–283. <https://doi.org/10.30647/jip.v26i3.1517>
- Karyatun, S. (2022). Pengaruh Faktor Fundamental Terhadap Return Saham (Studi Pada Sub Sektor Industri Pariwisata Periode 2015-2019). *FAIR VALUE : JURNAL ILMIAH AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 4(3), 1146–1157.
- Khaikal Arwani, D., & Rochman, G. P. (2022). Evaluasi Kondisi Pariwisata Kawasan Wisata Gunung Galunggung. *Bandung Conference Series: Urban & Regional Planning*, 2(2), 550–560. <https://doi.org/10.29313/bcsurp.v2i2.ID>
- Khairunnisa, M., & Ritonga, N. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Ujong Blang Kota Lhokseumawe. *NEGOTIUM: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 84–94.
- Khopifatu, I., Myrna, R., & Candradewini, ; Candradewini. (2023). Kolaborasi Dalam Pengelolaan Wana Wisata Gunung Galunggung Di Kabupaten Tasikmalaya. *JANE: Jurnal Administrasi Negara*, 14(2), 613–619.
- Kotler, Philip., Bowen, J. T., Makens, J. C. ., & Baloglu, Seyhmus. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (D. Fox, Ed.; 7th ed., Vol. 7). Pearson Education Limited.

- Kottler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (14th ed., Vol. 39).
- Kusuma, E. G., & Nugroho, A. Y. A. (2021). Analisis Pengaruh Source Credibility Dan Endorser Nationality Terhadap Minat Beli Produk Maybelline. *Jurnal Transaksi*, 13(2).
- Lukiyana, & Rosiva, R. (2022). The Influence of Electronic Word of Mouth (eWOM) and Product Quality on Buyer Decisions of MSME Angkringan Moderated Trust. *Budapest International Research and Critics Institute Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 12939–12947. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5134>
- Megasari, C., & Latif, B. S. (2022). Pengaruh Design Interior Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Hotel Sotis Kemang. *Open Journal Systems*, 17(5), 795–802.
- Monitaria, A. M., & Baskoro, E. (2021). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Pnline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(3), 622–635.
- Mukhsi, D. (2014). Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Gunung Galunggung (Studi Kasus Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 12(1), 1–11.
- Naimatullah, C., Sharma, P., Sufya, M. zuhaib, Haseeb, A., & Saikh, S. (2015). *Determining the Impact of Ewom on Brand Image and Purchase Intention through Adoption of Online Opinions*.
- Natoen, A., AR, S., Satriawan, I., & Periansya. (2018). Faktor-Faktor Demografi Yang Berdampak Terhadap Kepatuhan Wp Badan (Ukm) Di Kota Palembang. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya*, 2(2), 101–115.
- Ningrum. (2017). Pengaruh Penggunaan Metode Berbasis Pemecahan Masalah (Problem Solving) Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Siswa Kelas X Semester Genapman 1 Metrotahun Pelajaran 2016/2017. *Jurnal Promosi*, 5(1), 145–151.
- Nugraha, N. R., Kurniawan, A., Kusmayanti, T., & Butar-Butar, S. M. (2023). Tren Pengelolaan Pariwisata Alam Sebagai Destinasi Pariwisata Lokal. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(12), 447–452. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8079249>
- Nurhidayat, W., Napu, M. Della, & Sukirman, O. (2022). Peranan Electronic Word Of Mouth Dalam Keputusan Berkunjung (Survei wisatawan domestik yang berkunjung ke Kampung Karuhun, Kabupaten Sumedang). *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 133–147.
- Nurrohmah, N. C. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sate Maranggi Bah Use Purwakarta*. Universitas Pendidikan Indonesia.

- Nyoko, A. E. L., & Samuel, A. D. D. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Di Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Muca Cafe Kupang). *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)*, 14, 63–76.
- Peraturan Daerah Kabupaten Tasikmalaya Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Tasikmalaya Tahun 2011-2031, 262 (2012).
- Peraturan Pemerintah No.36. Tahun 2010 , Pub. L. No. 36 (2010).
- Picauly, B. C. (2022). Penetapan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Sebagai Pengembangan Wisata Bahari di Kota Ambon. *Bacarita Law Journal*, 3(1), 1–9.
- Poerwanto, & Shambodo, Y. (2020). Revolusi Industri 4.0: Googelisasi Industri Pariwisata dan Industri Kreatif. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 59–72.
- Pradipta, M. P. Y. (2022). Analisis Potensi Pengembangan Wisata Alam Air Terjun Sewawar & Air Terjun Sedinding Di Kabupaten Karanganyar. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 3(1), 11–20.
- Prambudi, J., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(3), 687–704.
- Purba, H., & Irwansyah. (2022). User Generated Content dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Pariwisata: Literature Review. *Jurnal Professional*, 9(2), 229–238.
- Putra, BS, G., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi PT. Selecta, Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi (JAB)*, 26(2), 1–8.
- Putra, K. R. A., Landra, N., & Puspitawati, N. M. D. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karayawan Pada Lpd Se-Kecamatan Tabanan. *Jurnal EMAS*, 3(9), 126–137.
- Putri, N. P. T. K. P., & Bhaskara, G. I. (2023). Pengaruh Produk, Citra, dan E-WOM Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti, Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 11(1), 49–63.
- Rahadi, D. R., Muslih, M., & Cakranegara, P. A. (2022). Development of Tourism Village Potential Based on Local Wisdom in Tasikmalaya City, West Java, Indonesia. *European Journal of Science, Innovation and Technology*, 2(3), 81–89.
- Rati Fadliyati. (2015). *Penggunaan Media S2DLS (Sony Sugema Digital Learning System) Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada SMA Alfa Centauri Bandung*. Universitas Pendidikan Indonesia.

- Rosalina, L., Oktarina, R., Rahmiati, & Saputra, I. (2023). *Buku Ajar Statistika* (Eliza & R. Oktari, Eds.). CV. MUHARIKA RUMAH ILMIAH. www.muharikarumahilmiah.com
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Ruslan, & Kurbani, A. (2024). Pengaruh Pengawasan Dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kejaksanaan Tinggi Sumatera Selatan. *Jurnal Manivestasi*, 2(1), 94–111.
- Sa'ait, N., Kanyan, A., & Nazrin, M. F. (2016a). The Effect of E-WOM on Customer Purchase Intention. *International Academic Research Journal of Social Science*, 2(1), 73–80.
- Sa'ait, N., Kanyan, A., & Nazrin, M. F. (2016b). The Effect of E-WOM on Customer Purchase Intention. *International Academic Research Journal of Social Science*, 2(1), 73–80.
- Saraswati, N. G. N., Widana, I. B. G. A., & Liestiandre, H. K. (2024). Pengaruh E-WOM Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Gen Z Ke Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Canggü. *Journal of Tourism and Creativity*, 8(1). <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/index>
- Sari, A. D., Wijaya, N. M. S., & Negara, I. M. K. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Bali Zoo Pada Era New Normal. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 10(2), 206–213.
- Sehangunaung, A. A., Mandey, S. L., & Rorong, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction Using Delivery Services At Tiki Garuda Agent Manado Branch. *Roring. I Jurnal EMBA*, 11(3), 1–11. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Setiawan, C. K., & Yosepha, Y. S. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Bodyshop Indonesia. *JURNAL ILMIAH M-PROGRSS*, 10(1), 1–9.
- Setiawan, H., Rini, R., Izzati, A. U., Sakti, I. P., Setiagraha, D., Putri, S. K., & Nurcahya, C. (2023). Examining the impact of credibility and quality on electronic word-of-mouth (eWOM) and visit intention of tourists to culinary tourism destinations. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 16(2), 177–200. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v16i2.16584>
- Sinaga, W. A. L., Sumarno, S., & Sari, I. P. (2022). The Application of Multiple Linear Regression Method for Population Estimation Gunung Malela District. *JOMLAI: Journal of Machine Learning and Artificial Intelligence*, 1(1), 55–64. <https://doi.org/10.55123/jomlai.v1i1.143>

- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi*, 17(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kuantitatif R & D* (1st ed.). CV. Alfabeta.
- Sumarto, H. S. (2009). *Inovasi, partisipasi, dan good governance: 20 prakarsa inovatif dan partisipatif di Indonesia* (2nd ed., Vol. 1). Yayasan Obor Indonesia.
- Supatmana, R., & Suwarti. (2022). Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam Dan Buatan Berbasis Community Based Tourism Sebagai Destinasi Unggulan Di Kalibening Kabupaten Jepara. *JURNAL JEMPPER: Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1), 40–48.
- Supryadi, D. I., & Sutanto, H. (2018). *E-WOM (Electronic Word Of Mouth): Dimensi dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Gili Matra di Kabupaten Lombok Utara (KLU)*. 4(2), 60–89. <http://www.ekonobis.unram.ac.id>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 161–166. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- The International Ecotourism Society (TIES). (n.d.). *The International Ecotourism Society (TIES) Announcement*.
- Udiyana, I. B. G., Kepramareni, P., & Erlinawati. (2018). Pendekatan Dimensi Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Biaya Perjalanan Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Plengkung Di Kabupaten Banyuwangi Propinsi Jawa Timur (Upaya Pemberdayaan Pengusaha Lokal Sektor Pariwisata). *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 10(1), 102–108. <https://doi.org/10.22225/kr.10.1.844.96-102>
- Ulya, O. L., Lestari, H., & Rostyaningsih, D. (2023). Manajemen Strategis Pengembangan Desa Wisata Ngadimulyo Kabupaten Temanggung. *Administrasi Publik FISIP Universitas Diponegoro*, 1–20.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, Pub. L. No. 10 (2009).
- Wahyuni, S., Anggraini, I., & Puta, I. U. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. *Journal Ekombis Review*, 10(14), 379–390. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1>
- Widiyanto, Alfian, Sunarti, & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh E-WOM di Instagram terhadap Minat Berkunjung dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 45(1), 94–101.