

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG WISATAWAN DI PANTAI AIR MANIS PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi
Jurusan Pariwisata Sebagai Salah Satu
Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Sains Terapan (S.ST)*



Oleh:

**SERLI MARSELINA
NIM 2018/18135330**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

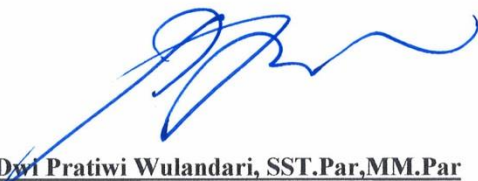
**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG WISATAWAN DI PANTAI AIR MANIS PADANG**

Nama : Serli Marselina
NIM/BP : 18135330/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par,MM.Par
NIP. 199007302019032015

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program
Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan
Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat
Berkunjung Wisatawan di Pantai Air Manis Padang
Nama : Serli Marselina
NIM/BP : 18135330/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2022

Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua	: Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par, MM.Par	1. 
2. Anggota	: Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip, M.M	2. 
3. Anggota	: Youmil Abrian SE., M.M	3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Serli Marselina
NIM/TM : 18135330/ 2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

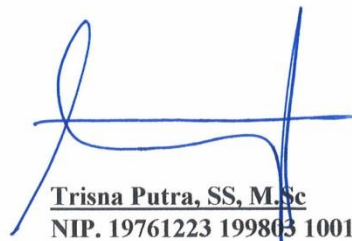
“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pantai Air Manis Padang” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Kepala Departemen Pariwisata

Saya yang menyatakan,


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001


Serli Marselina
NIM. 18135330

ABSTRAK

Serli Marselina (2022) : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Air Manis Padang. Skripsi. Fakultas Pariwisata. Universitas Negeri Padang

Berdasarkan hasil pra peneliti berupa wawancara dengan beberapa pengunjung yang datang ke Pantai Air Manis pada tanggal 18 februari 2022, mengatakan bahwa terdapat minat berkunjung untuk melakukan kunjungan wisata ke Pantai Air Manis akan tetapi pengunjung tersebut belum pernah menikmati keindahan wisata di Pantai Air Manis secara langsung. Sehingga pengunjung mencari informasi tentang Pantai Air Manis di *instagram*, pengunjung melihat postingan di akun *instagram* Pantai Air Manis yang memaparkan pemandangan yang indah dan feed foto dengan latar belakang pantai. Hal ini membuat pengunjung mempertimbangkan minat berkunjung di Pantai Air Manis. Tujuan peuntuk mengetahui Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap Minat Berkunjung di Pantai Air Manis Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan metode asosiatif kausal. Penelitian ini di laksanakan di destinasi wisata Pantai Air Manis Padang yang beralamat di Jl. Malin Kundang, Air Manis, Kecamatan. Padang Selatan. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas / *independent* yaitu *electronic word of mouth* dan variabel terikat / *dependent* yaitu minat berkunjung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probabillity sampling*, dengan total sampel 100 orang responden dari total populasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskripsi data, pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Electronic word of mouth* (X) dari indikator yang telah ditentukan menunjukkan bahwa secara keseluruhan dengan nilai presentase 46% pada rentang 43,3- <51,9 dengan kategori baik. 2) Minat berkunjung (Y) dari indikator yang telah ditentukan menunjukkan secara keseluruhan dengan nilai presentase 42% pada rentang $\geq 43,95$ dengan kategori sangat baik. 3) Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *electronic word of mouth* (X) terhadap minat berkunjung (Y) di Pantai Air Manis Padang dengan koefisien regresi sebesar sebesar 0,489 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dimana setiap peningkatan 1 satuan *electronic word of mouth* (X) akan meningkatkan 0,489 satuan minat berkunjung (Y). Selanjutnya diperoleh nilai *R square* sebesar 0,448, artinya variabel X terhadap variabel Y adala sebesar 44,0%. Sedangkan 56,0% dipengaruhi oleh faktor lain.

Katakunci:*Electronic Word of Mouth*, Minat Berkunjung

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi tentang **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Air Manis Padang.”**

Dalam proses penyusunan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd, Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc, selaku Ketua Prodi Manajemen Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par, MM.Par, selaku Pembimbing Proposal Penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Hijryantomi Suyuthie, SIP,MM, selaku penguji 1 skripsi ini.
5. Bapak Youmil Abrian, SE,MM, selaku penguji 2 skripsi ini
6. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
7. Staff Dinas Pariwisata Kota Padang yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Staff Padang Sejahtera Mandiri (PSM) yang telah membantu penulis selama melakukan penelitian ini.

9. Kedua orangtua ayah dan ibu, serta semua keluarga besar yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa Manajemen Perhotelan yang telah memberikan dorongan dan doa kepada penulis.
11. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya, penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Penulis

Serli Marselina
NIM 18135330

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	14
C. Batasan Masalah	14
D. Rumusan Masalah.....	15
E. Tujuan Penelitian	15
1. Tujuan Khusus	15
2. Tujuan Umum	15
F. Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	17
A. Kajian Teori.....	17
1. Minat Berkunjung	17
2. Electronic Word Of Mouth.....	20
3. Penelitian Terdahulu.....	26
B. Kerangka Konseptual.....	27
C. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian	29
B. Tempat dan Waktu Penelitian	29
C. Variabel Penelitian.....	29
D. Defenisi Operasional Variabel.....	30
E. Populasi dan Sampel	30
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	33

G.	Instrumen Penelitian	34
H.	Uji Instrumen.....	37
J.	Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
B.	Hasil Penelitian.....	47
C.	Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP		75
A.	Kesimpulan.....	75
B.	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pasir Pantai Air Manis Kota Padang.....	6
Gambar 2. Tempat Berjualan Makanan dan Minuman.....	7
Gambar 3. Atraksi yang ada di Pantai Air Manis	7
Gambar 4. Review negatif dari wisatawan melalui instagram	8
Gambar 5. Review dari pengunjung di Google Review.....	9
Gambar 6. Komentar wisatawan yang ingin	9
Gambar 7. Profil Akun Instagram Pantai Air Manis.....	10
Gambar 8. Postingan View Pantai Air Manis Padang di Salah Satu	11
Gambar 9. Review Positif dari Akun Facebook Pengunjung	11
Gambar 10. Review Negatif dari Akun Facebook Pengunjung	12
Gambar 11. Postingan vidio di chanel youtube yang di posting oleh salah satu pengunjung yang sudah pernah berkunjung ke Pantai Air Manis	12
Gambar 12. Kerangka Konseptual Pengaruh	28

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Objek Wisata Kota Padang	3
Tabel 2. Jumlah Data Pengunjung di Destinasi Wisatawan ke Pantai Air Manis Padang	5
Tabel 3. Data Kunjungan Wisatawan di Pantai Air Manis Tahun 2021	32
Tabel 4. Pilihan Jawaban Skala Likert	36
Tabel 5. Kisi – kisi Instrumen Penelitian	36
Tabel 6. Validitas Uji Coba Angket Penelitian Variabel X	39
Tabel 7. Interpretasi Nilai r	10
Tabel 8. Realibilitas EWOM	11
Tabel 9. Realibilitas Minat Berkunjung	11
Tabel 10. Kategori dan interval	12
Tabel 11. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 12. Karakteristik Responden berdasarkan usia	49
Tabel 13. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 14. Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Kunjungan	50
Tabel 15. Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 16. Data Statistik EWOM	52
Tabel 17. Deskripsi Variabel EWOM	53
Tabel 18. Data Statistik Intensity	54
Tabel 19. Deskripsi Variabel Intensity	55
Tabel 20. Data Statistik Valance Of Opinion	56
Tabel 21. Deskripsi Variabel Valance of Opinion	56
Tabel 22. Data Statistik Content	57
Tabel 23. Deskripsi Variabel Content	58
Tabel 24. Data Statistik Variabel Minat Berkunjung	59
Tabel 25. Deskripsi Variabel Minat Berkunjung	60
Tabel 26. Statistik Indikator Ketertarikan	61
Tabel 27. Deskripsi Variabel Ketertarikan	61

Tabel 28. Data Statistik Indikator Preferensi	62
Tabel 29. Deskripsi Variabel Pereferensi.....	63
Tabel 30. Data Statistik Indikator Pencarian Informasi.....	64
Tabel 31. Deskripsi Variabel Pencarian Informasi	65
Tabel 32. Outer Loading.	64
Tabel 33Construct Realibility and Validity.....	66
Tabel 34. Nilai Discriminant Validity	67
Tabel 35. Nilai Rsquare.....	68
Tabel 36. Hasil Path Coeficient	69

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Uji Coba Penelitian

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Lampiran 3. Tabulasi Uji Coba Penelitian

Lampiran 4. Uji Realibilitas

Lampiran 5. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 6. Surat Izin Melakukan Penelitian

Lampiran 7. Surat Rekomendasi dari DPMPTSP Kota Padang

Lampiran 8. Kelas Interval Variabel *Electronic Word of Mouth* dan Minat Berkunjung

Lampiran 9. Dokumentasi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu (*Spillane* dalam Wahid, 2015). Pariwisata merupakan suatu industri yang terus tumbuh dan berkembang sejalan dengan perkembangan zaman dan menjadi suatu bisnis yang menjanjikan yang mampu menyediakan pertumbuhan perekonomian yang sangat cepat, serta menyediakan lapangan pekerjaan yang dapat mendatangkan devisa langsung dari wisatawan. Menurut Suryadana (2013) seseorang bisa dikatakan wisatawan, jika dia melakukan perjalanan dengan mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan tujuan berlibur, berbisnis, berolahraga, berobat, dan bahkan menuntut ilmu.

Era globalisasi dan kemajuan teknologi memberikan pengaruh besar dalam kehidupan saat ini, Penggunaan teknologi internet dan *handphone* terus meningkat dari tahun ke tahun. Internet merupakan salah satu sarana yang dijadikan sebagai media untuk menemukan informasi- informasi yang dibutuhkan oleh orang banyak. Menurut Survey Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet (APJII) di tahun 2018, Sumatera berada di posisi kedua sebesar 21,6% atau sekitar 36,97 juta pengguna sebagai wilayah yang paling banyak dalam penggunaan akses internet. Kemajuan teknologi informasi masyarakat ini memunculkan beberapa situs web seperti *Google Review*, *Instagram*,

Whatsapp, Twiter, Line, Facebook dan Youtube. Keaktifan setiap orang dalam menggunakan sosial media baik itu dari kalangan tua, muda, dan anak kecil. Sehingga Media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran.

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang terdapat di pulau Sumatera, terletak dibagian barat Pulau Sumatera. Sumatera Barat terdiri atas 19 kabupaten dan kota. Sumatera Barat memiliki potensi pariwisata yang sangat banyak seperti wisata alam, wisata buatan dan wisata minat khusus, salah satu daerah yang mengembangkan pariwisata adalah Kota padang.

Kota Padang merupakan wilayah sebagai pintu gerbang barat Indonesia dari samudera Hindia. Kota Padang sisi utara berbatasan dengan Kabupaten Padang pariaman, sebelah timur berbatasan dengan Bukit Barisan, selatan berbatasan dengan Kabupaten pesisir Selatan dan sebelah barat dengan Samudera Hindia. Secara geografi, Padang dikelilingi perbukitan yang mencapai ketinggian 1.853 mdpl dengan luas wilayah 693,66 km², yang mana lebih dari separuhnya berupa hutan lindung. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Pada 2021, kota ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 909.040 jiwa.

Kota Padang terletak di pantai barat Pulau Sumatra, dengan luas keseluruhan 694,96 km² atau setara dengan 1,65% dari luas provinsi Sumatera Barat. Lebih dari 60% dari luas kota padang yang Berupa perbukitan yang ditutupi oleh hutan lindung. Hanya sekitar 205,007 km² wilayah yang

merupakan daerah efektif perkotaan. Daerah objek wisata di Kota Padang terletak di Samudera Hindia berbentuk pulau daerah pantai sampai daerah perbukitan, tempat-tempat wisata tersebut akan disajikan pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Daftar Objek Wisata Kota Padang

	Nama Objek wisata	Alamat
1	Objek Wisata Pantai Air Manis	Kec. Padang Selatan
2	Objek Wisata Pantai Pasir Jambak	Kec.Koto Tangah
3	Objek Wisata Pantai Pasumpahan	Kec. Bungus Teluk Kabung
4	Objek Wisata Pantai Nirwana	Kec. Bungus Teluk Kabung
5	Lubuk Paraku	Kec. Lubuk Kilangan
6	Air Terjun Sarasah	Kec. Pauh
7	Bukit Nobita	Kec. Lubuk Begalung
8	Danau Cimpago	Kel. Purus
9	Air Terjun Lubuk Hitam	Kel. Teluk Kabung Utara
10	Objek Wisata Lubuk Paraku	Kec. Kuranji
11	Objek Wisata Caroline	Kec. Bungus Teluk Kabung

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Padang (2021)

Minat berkunjung wisatawan merujuk pada konsep minat beli konsumen terhadap suatu produk. Menurut Setyo putra dalam Aviolitasona (2017) minat merupakan dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan

tindakan. Sedangkan menurut Asdi dalam Hernita dkk (2019) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata.

Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Kotler dan Koller (2014), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih untuk memutuskan berkunjung pada suatu objek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Maka dari pengertian tersebut dapat kita jabarkan, jika minat berkunjung yaitu suatu dorongan dari dalam diri pengunjung sebagai akibat adanya stimulus eksternal untuk keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan Jimenez dan Mendoza menunjukkan bahwa perilaku konsumen sebelum melakukan keputusan berkunjung terhadap sebuah objek wisata atau jasa dipengaruhi oleh *Electronic Word Of Mouth*.

Menurut Hasan dan Setyaningtyas (dalam Suarsa, 2020) *Electronic Word Of Mouth* adalah pernyataan positif atau negatif yang disampaikan oleh konsumen mengenai suatu produk atau jasa perusahaan dan disebarkan kepada konsumen lainnya melalui media internet. Pengertian tersebut sejalan dengan pendapat Gruen (dalam Mustikasari, 2016) mendefinisikan *EWOM* sebagai sebuah media komunikasi untuk saling berbagi informasi mengenai suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsi antar konsumen yang tidak saling mengenal dan bertemu sebelumnya. Dimensi *e-WOM* dibagi menjadi tiga bagian, yaitu *Intensity*, *Valence of Opinion*, dan *Content*. (Gayotte et al dalam Priansa 2016).

Objek wisata yang dipilih tentunya yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan tersebut. Setelah melakukan evaluasi maka selanjutnya wisatawan menetapkan objek wisata yang dikunjungi berdasarkan alternatif-alternatif pilihan yang telah diperoleh sebelumnya. Selanjutnya wisatawan melakukan persiapan untuk melakukan perjalanan dan melakukan kegiatan perjalanan tersebut serta mendapatkan pengalaman selama melakukan perjalanan wisata maka wisatawan mendapatkan kepuasan selama melakukan perjalanan wisatanya dan pada akhirnya mereka melakukan evaluasi terhadap perjalanan wisata yang telah dilakukan.

Dari sekian banyak tempat wisata yang ada di Kota Padang, Penulis tertarik meneliti di objek wisata Pantai Air Manis, ketertarikan ini dikarenakan Pantai Air Manis mengandung wisata alam, buatan, edukasi, atraksi dan kuliner yang membuat pengunjung tertarik terutama wisatawan dari luar Kota Padang. Berikut data kunjungan wisatawan ke Pantai Air manis Padang pada Tabel di bawah ini.

Tabel 2. Jumlah Data Pengunjung di Destinasi Wisata Pantai Air Manis Padang

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2016	2,201,600
2	2017	2,191,667
3	2018	2,451,700
4	2019	2,581,464
5	2020	1,769,513

6	2021	1,518,993
	Total	12.714.937

Sumber :Dinas Pariwisata Kota Padang (2022)

Dari data diatas dapat disimpulkan, secara umum tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Air Manis mengalami fluktuasi. Dari tahun 2016 sampai 2017 tingkat kunjungan mengalami penurunan, sementara dari 2017 hingga 2019 mengalami peningkatan dan pada tahun 2019 sampai 2020 mengalami penurunan.

Pantai Air Manis terletak dikelurahan Air Manis yang berjarak kurang lebih 10 km ke selatan dari pusat Kota Padang, Pantai Air Manis dikelola oleh pihak ke tiga yaitu Perumda Padang Sejahtera Mandiri (PPSM) yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Kota Padang dan warga setempat. Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan pada bulan Februari 2022, di Pantai Air Manis pengunjung dapat melihat matahari terbenam (*sunset*), memancing ikan di muara dan berenang meskipun kondisi air sangat kotor. Terdapat arena bermain mobil-mobilan yang disewakan oleh warga setempat.



Gambar 1. Pasir Pantai Air Manis Kota Padang

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2022)

Dari gambar di atas terlihat bahwa Pantai Air Manis memiliki hamparan pasir yang landai cukup luas, apalagi disaat sore hari, hamparan pasir ini di gunakan oleh wisatawan untuk bermain mobil-mobilan ke Batu Malin Kundang dan ada juga yang naik becak untuk menikmati Pantai Air Manis.



Gambar 2. Tempat Berjualan Makanan dan Minuman
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2022)

Pada gambar 2 peneliti lihat disekitaran Pantai Air Manis banyak warga yang berjualan makanan dan minuman, dengan menyediakan payung dan tempat duduk sehingga para pengunjung dapat duduk dan bersantai sambil menikmati keindahan Pantai Air Manis.



Gambar 3. Atraksi yang ada di Pantai Air Manis
Sumber :Dokumentasi Pribadi (2022)



Gambar 4. Review negatif dari wisatawan melalui instagram
 Sumber : Akun instagram @danang_official91 (pada tanggal 13 Maret 2022, pukul 14:20)

Pada gambar berikut ini dapat dilihat ulasan atau *google review* yang dilakukan oleh pengunjung yang sudah pernah mengunjungi wisata Pantai Air Manis, serta *google review* ini sebagai acuan bagi wisatawan yang belum pernah mengunjungi Pantai Air Manis sebagai bahan pertimbangan sebelum berkunjung. Ulasan ini seputar komentar negatif ataupun positif dari pengunjung di Pantai Air Manis. Berikut *review* dari beberapa pengunjung mengenai Pantai Air Manis.



Gambar 5. Review dari pengunjung di Google Review
 Sumber : Google Review (di akses Pada tanggal 20 Februari 2022,pukul
 (13:09)

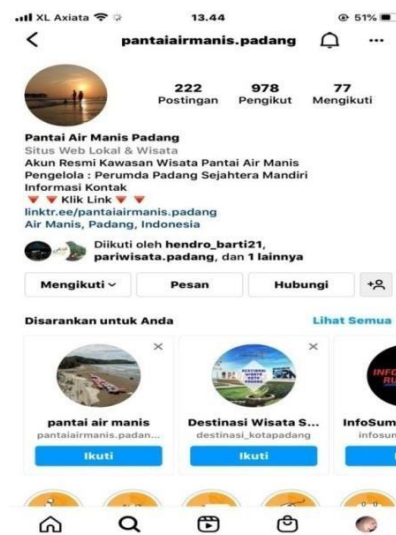


Gambar 6. Komentar wisatawan yang ingin
 berkunjung ke Pantai Air Manis
 Sumber : Google Review
 (di akses Pada tanggal 20 Februari 2022,pukul13:09)

Komentar yang diberikan pengunjung terhadap kepuasan dan kenyamanan di Pantai Air Manis ini berdasarkan apa yang dirasakan dan dipatkan oleh pengunjung yang telah mengunjungi Pantai Air Manis. Review ini juga sebagai acuan bagi wisatawan yang akan memutuskan untuk berkunjung ke Pantai Air Manis. Google review ini dapat membantu pelaksanaan dan penerapan EWOM sebagai acuan untuk pengambilan

keputusan berwisata yang tepat. *Google review* merupakan sebuah sarana untuk memberikan *review* yang dirasakan setelah berkunjung ke tempat wisata dan sebagai sarana untuk bertanya kepada wisatawan lain yang telah berkunjung di Pantai Air Manis. *Google review* sendiri dapat dikatakan sebagai generator untuk terjadinya *EWOM* di media sosial sehingga dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan.

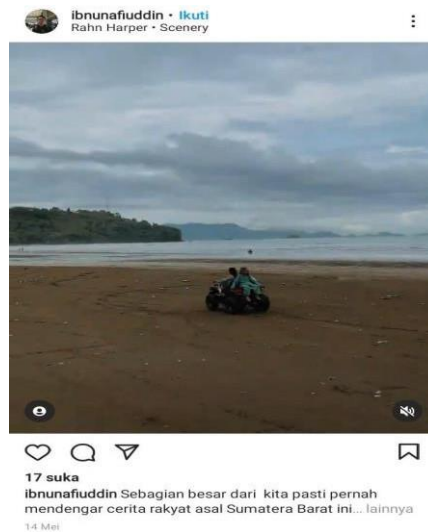
Pada gambar berikut ini dapat dilihat pengikut akun Pantai Air Manis berjumlah 978 pengikut pada salah satu media sosial yaitu instagram.



Gambar 7. Profil Akun Instagram Pantai Air Manis
Sumber : Instagram (diakses Pada tanggal 20 Februari2022, pukul13:44)

Pengikut dari akun tersebut merupakan dari pengikut yang aktif.

Instagram ini merupakan akun resmi kawasan resmi wisata Pantai Air Manis yang dikelola oleh pihak Perumda Padang Sejahtera Mandiri (PPSM). Akun ini digunakan untuk memposting kegiatan wisatawan di Pantai Air Manis, dan sebagai acuan wisatawan yang belum pernah mengunjungi Pantai Air Manis agar memutuskan untuk berkunjung di wisata Pantai Air Manis Padang.



Gambar 8. Postingan View Pantai Air Manis Padang di Salah Satu
Sumber : Akun instagram @ibnunafiuddin

Gambar diatas adalah postingan dari akun *instagram* pengunjung yang sudah berkunjung di Pantai Air manis Padang, Postingan tersebut menampilkan keindahan sehingga membuat orang yang melihat postingan tersebut memiliki minat berkunjung ke Pantai Air Manis Padang.



Gambar 9. Review Positif dari Akun Facebook Pengunjung
Sumber: Akun Facebook Ratna Dewita dan Andini Arman

Review positif dari pengunjung yang ditulis di salah satu sosial media yaitu *facebook*, *Review* tersebut merupakan ungkapan pengunjung terhadap penilaian positif di Pantai Air Manis Padang.



Gambar 10. Review Negatif dari Akun Facebook Pengunjung
Sumber: Akun Facebook Thalita Photograph Rambe

Review negatif dari salah satu pengunjung Pantai Air Manis Padang yang di posting di akun *facebook*, *Review* yang diposting oleh pengunjung tersebut berupa *review* negatif terhadap penilaian kebersihan di Pantai Air Manis Padang.



Gambar 11. Postingan vidio di chanel youtube yang di posting oleh salah satu pengunjung yang sudah pernah berkunjung ke Pantai Air Manis
Sumber: Chanel Youtube pengunjung

Terdapat juga permasalahan terkait dengan minat berkunjung wisatawan berkunjung ke Pantai Air Manis Padang. Berdasarkan hasil pra peneliti berupa wawancara dengan beberapa pengunjung yang datang ke Pantai Air Manis pada tanggal 18 februari 2022, mengatakan bahwa terdapat minat berkunjung untuk melakukan kunjungan wisata ke Pantai Air Manis akan tetapi pengunjung tersebut belum pernah menikmati keindahan wisata di Pantai Air Manis secara langsung. Sehingga pengunjung mencari informasi tentang Pantai Air Manis di *instagram*, pengunjung melihat postingan di akun instagram Pantai Air Manis yang memaparkan pemandangan yang indah dan feed foto dengan latar belakang pantai. Hal ini membuat pengunjung mempertimbangkan minat berkunjung di Pantai Air Manis.

Berdasarkan hasil pra penelitian berupa wawancara dengan salah satu pengunjung, mengatakan bahwa terdapat ketertarikan pengunjung tersebut untuk berkunjung ke Pantai Air Manis padang karena rekomendasi dari teman-teman yang pernah berkunjung di Pantai Air Manis padang melihat postingan teman di instagram dan melihat *review* pengunjung di *google review* tentang Pantai Air Manis. Hal ini membuat nya ingin mencoba mengunjungi Pantai Air Manis.

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pantai Air Manis Padang”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, penulis dapat mengidentifikasi masalah seperti berikut :

1. Jumlah Kunjungan wisatawan di Pantai Air Manis tidak stabil setiap tahunnya.
2. Komentar positif yang ditulis oleh pengunjung membuat pengunjung lain berminat mengunjungi Pantai Air Manis Padang.
3. Adanya komentar negatif mengenai Pantai Air Manis yang ditulis oleh pengunjung di *google review* Pantai Air Manis Padang.
4. Komentar negatif yang membuat calon pengunjung merasa ragu untuk mengunjungi Pantai Air Manis Padang.
5. Pengunjung merasa kenyamanannya terganggu dengan jasa rental mobil RTV yang terkesan memaksa pengunjung untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.
6. Adanya *review* negatif melalui akun instagram wisatawan yang berkunjung ke Pantai Air Manis Padang.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi penelitian ini hanya pada Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pantai Air Manis Padang. Dari identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi penelitian ini hanya pada Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pantai Air Manis Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana *Electronic Word Of Mouth* di Pantai Air Manis Padang?
2. Bagaimana Minat Berkunjung di Pantai Air Manis Padang?
3. Bagaiman Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Pantai Air Manis Padang?

E. Tujuan Penelitian

Setelah mengidentifikasi, membatasi, dan merumuskan masalah yang akan diteliti, tentunya peneliti memiliki tujuan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Tujuan Khusus

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung ke Pantai Air Manis Padang.

2. Tujuan Umum

- a. Mendeskripsikan *e-WOM* di Pantai Air Manis Padang
- b. Mendeskripsikan Minat Berkunjung di Pantai Air Manis Padang.
- c. Menganalisis bagaimana Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Pantai Air Manis Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pihak Pantai Air Manis Padang

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak Pantai Air Manis Padang mengenai Minat Berkunjung Wisatawan melalui *Electronic Word Of Mouth* dan dapat membantu pengelola Pantai Air Manis Padang agar menjadi lebih baik lagi dan menerima masukan dari pengunjung di sosial media, dalam pengambilan keputusan dan dapat membuat pengunjung wisatawan memiliki minat berkunjung di Pantai Air Manis Padang.

2. Bagi Departemen Pariwisata Universitas Negeri Padang

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah informasi yang bermanfaat yang bisa berguna dalam perkuliahan di Departemen Pariwisata.

3. Bagi Peneliti Lainnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti berikutnya.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penulis sendiri untuk bekal dan menambah wawasan dalam melakukan penelitian dan menulis karya ilmiah serta mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.