

LAMPIRAN



Institut Informatika & Bisnis
DARMAJAYA
Yayasan Alfian Husin

Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No. 93 Gedong Meneng, Bandar Lampung 35142
Telp. 0721-787214, Website: www.darmajaya.ac.id

Kepada YTH.:

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian pendidikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya, saya Yovita Aniza mahasiswi IIB Darmajaya memerlukan beberapa informasi sebagai bahan penulisan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Puncak Mas Bandar Lampung**”. Sehubungan dengan maksud diatas, saya sangat mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk bersedia mengisi instrument penelitian ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu Bapak/Ibu/Saudara/i diharapkan dapat memberikan jawaban dengan sejujur-jujurnya. Apapun pendapat dan informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan, saya akan jamin kerahasiaannya dan ini semata-mata untuk kepentingan penelitian. Saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini. Oleh karena itu, Saya sangat mengucapkan banyak terima kasih, semoga bantuan dan amal baik Bapak/Ibu/Saudara sekalian mendapat imbalan dari Allah SWT. Aamiin.

Peneliti

Yovita Aniza

A. KARATERISTIK RESPONDEN

Mohon anda memberi tanda silang (√) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan diri anda.

1. Nomer Responden :
2. Jenis kelamin
 - Laki – Laki
 - Perempuan
3. Usia responden
 - 15 - 20 tahun
 - 21 - 20 tahun
 - 31 – 40 tahun
 - 41 – 50 tahun
4. Pengeluaran perbulan responden
 - < Rp. 250.000
 - Rp. 250.000 – Rp. 500.000
 - Rp. 500.000 – Rp. 750.000
 - Rp. 750.000 – Rp. 1.000.000
 - > Rp 1.000.000
5. Pekerjaan responden
 - Pegawai Negeri
 - Pegawai Swasta
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Lainnya
6. Social media apa yang sering anda gunakan ?
 - Instagram
 - Facebook
 - Twitter
 - Lain – lain
7. Seberapa sering anda mengakses *social media* ?
 - Setiap hari
 - 3 - 4 kali seminggu
 - 1 – 2 kali sebulan

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan teliti dan pahami terlebih dah pernyataan yang diajukan.
2. Jawablah masing – masing pernyataan dengan jujur sesuai dengan penilaian pribadi masing – masing.
3. Berilah tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju yang anda pilih dari setiap pernyataan.
4. Ketentuan skor jawaban

SS	= Sangat Setuju	skor 5
S	= Setuju	skor 4
CS	= Cukup Setuju	skor 3
TS	= Tidak Setuju	skor 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	skor 1

C. DAFTAR PERNYATAAN

1. *Electronic Word Of Mouth (eWOM)*

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya sering mengakses informasi tentang wisata Puncak Mas melalui media sosial					
2	Saya sering berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial					
3	Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna media sosial tentang wisata Puncak Mas Bandar Lampung.					
4	Melalui media sosial saya mendapatkan informasi pengalaman positif orang lain terhadap objek wisata Puncak Mas					
5	Melalui media sosial saya Mendapatkan informasi negatif dari orang lain tentang wisata Puncak Mas					

6	Melalui media sosial saya mendapat rekomendasi dari orang lain yang berkaitan dengan wisata Puncak Mas.					
7	Melalui media sosial saya mengetahui informasi tentang objek wisata yang ada di Puncak Mas Bandar Lampung					
8	Melalui media sosial saya mengetahui kualitas dan harga tiket di wisata Puncak Mas					

2. Daya Tarik Wisata

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Wisata Puncak Mas menawarkan keindahan alam, perkotaan, dan laut yang menjadi daya tarik wisata.					
2	Puncak Mas mempunyai konsep wisata yang menarik.					
3	Tersedianya cafe di wisata Puncak Mas Bandar Lampung.					
4	Tersedianya fasilitas umum seperti sarana ibadah (mushola) di wisata Puncak Mas Bandar Lampung.					
5	Luas lahan parkir di wisata Puncak Mas memadai					
6	Jarak dari kota ke wisata Puncak Mas tidak begitu jauh					
7	Mudahnya akses transportasi menuju wisata Puncak Mas.					
8	Terdapat papan petunjuk jalan menuju wisata Puncak Mas Bandar Lampung.					
9	Terdapat mesin anjungan tunai mandiri (atm) disekitar objek wisata Puncak Mas					
10	Terdapat sarana pengisian bahan bakar umum disekitar objek wisata Puncak mas					

3. Keputusan Berkunjung

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Wahana wisata alam untuk berfoto di Puncak Mas unik.					
2	Puncak Mas menawarkan keindahan alam yang menarik .					
3	Puncak Mas merupakan wisata alam baru yang menarik.					
4	Gambaran tentang wisata Puncak Mas di media sosial sesuai dengan kenyataan.					
5	Puncak Mas mudah di jangkau kendaraan umum dan pribadi.					
6	Berkunjung ke Puncak Mas dikarenakan ada waktu luang.					
7	Banyak pilihan wahana wisata baik untuk anak-anak maupun orang dewasa.					
8	Menginginkan kunjungan ulang ke wisata Puncak Mas.					
9	Proses pembayaran di wisata Puncak Mas mudah dan cepat.					
10	Puncak Mas memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang datang.					
11	Puncak Mas melakukan <i>inovasi</i> baru terhadap produk yang mereka tawarkan					
12	Puncak Mas memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang datang.					

TERIMA KASIH ATAS BANTUAN DAN KERJASAMA ANDA



Institut Informatika & Bisnis
DARMAJAYA
Yayasan Alfian Husin

Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No. 93 Gedong Meneng, Bandar Lampung 35142
Telp. 0721-787214, Website: www.darmajaya.ac.id

Kepada YTH.:

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian pendidikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya, saya Yovita Aniza mahasiswi IIB Darmajaya memerlukan beberapa informasi sebagai bahan penulisan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Puncak Mas Bandar Lampung**”. Sehubungan dengan maksud diatas, saya sangat mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk bersedia mengisi instrument penelitian ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu Bapak/Ibu/Saudara/i diharapkan dapat memberikan jawaban dengan sejujurnya. Apapun pendapat dan informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan, saya akan jamin kerahasiaannya dan ini semata-mata untuk kepentingan penelitian. Saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini. Oleh karena itu, Saya sangat mengucapkan banyak terima kasih, semoga bantuan dan amal baik Bapak/Ibu/Saudara sekalian mendapat imbalan dari Allah SWT. Aamiin.

Peneliti

Yovita Aniza

A. KARATERISTIK RESPONDEN

Mohon anda memberi tanda silang (✓) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan diri anda.

1. Nomer Responden :
2. Jenis kelamin
 - Laki – Laki
 - Perempuan
3. Usia responden
 - 17 - 20 tahun
 - 21 - 30 tahun
 - 31 – 40 tahun
 - 41 – 50 tahun
 - 50 - keatas
4. Pengeluaran perbulan responden
 - < Rp. 250.000
 - Rp. 250.000 – Rp. 500.000
 - Rp. 500.000 – Rp. 750.000
 - Rp. 750.000 – Rp. 1.000.000
 - > Rp 1.000.000
5. Pekerjaan responden
 - Pegawai Negeri
 - Pegawai Swasta
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Lainnya
6. Social media apa yang sering anda gunakan ?
 - Instagram
 - Facebook
 - Twitter
 - Lain – lain
7. Seberapa sering anda mengakses *social media* ?
 - Setiap hari

3 - 4 kali seminggu

1 – 2 kali sebulan

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan teliti dan pahami terlebih dah pernyataan yang diajukan.
2. Jawablah masing – masing pernyataan dengan jujur sesuai dengan penilaian pribadi masing – masing.
3. Berilah tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju yang anda pilih dari setiap pernyataan.

4. Ketentuan skor jawaban

SS = Sangat Setuju skor 5

S = Setuju skor 4

CS = Cukup Setuju skor 3

TS = Tidak Setuju skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju skor 1

C. DAFTAR PERNYATAAN

1. *Electronic Word Of Mouth (eWOM)*

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
<i>Intensity (insensitas)</i>						
1	Saya sering mengakses informasi tentang wisata Puncak Mas melalui media sosial					
2	Saya sering berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial					
3	Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna media sosial tentang wisata Puncak Mas Bandar Lampung.					

<i>Valance of Opinion (Valensi pendapat)</i>						
4	Melalui media sosial saya mendapatkan informasi pengalaman positif orang lain terhadap objek wisata Puncak Mas					
5	Melalui media sosial saya Mendapatkan informasi negatif dari orang lain tentang wisata Puncak Mas					
6	Melalui media sosial saya mendapat rekomendasi dari orang lain yang berkaitan dengan wisata Puncak Mas.					
<i>Content (Konten atau isi)</i>						
7	Melalui media sosial saya mengetahui informasi tentang objek wisata yang ada di Puncak Mas Bandar Lampung					
8	Melalui media sosial saya mengetahui kualitas dan harga tiket di wisata Puncak Mas					

2. Daya Tarik Wisata

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
<i>Attraction (Daya Tarik)</i>						
1	Wisata Puncak Mas menawarkan keindahan alam, perkotaan, dan laut yang menjadi daya tarik wisata.					

2	Puncak Mas mempunyai konsep wisata yang menarik.					
<i>Amenities (Fasilitas)</i>						
3	Tersedianya cafe di wisata Puncak Mas Bandar Lampung.					
4	Tersedianya fasilitas umum seperti sarana ibadah (mushola) di wisata Puncak Mas Bandar Lampung.					
5	Luas lahan parkir di wisata Puncak Mas memadai					
<i>Accessibilities (Aksesibilitas)</i>						
6	Jarak dari kota ke wisata Puncak Mas tidak begitu jauh					
7	Mudahnya akses transportasi menuju wisata Puncak Mas.					
8	Terdapat papan petunjuk jalan menuju wisata Puncak Mas Bandar Lampung.					
<i>Ancillary Service (Layanan Tambahan)</i>						
9	Terdapat mesin anjungan tunai mandiri (atm) disekitar objek wisata Puncak Mas					
10	Terdapat sarana pengisian bahan bakar umum disekitar objek wisata Puncak mas					

3. Keputusan Berkunjung

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
Keputusan Tentang Produk						
1	Wahana wisata alam untuk berfoto di Puncak Mas unik.					
2	Puncak Mas menawarkan keindahan alam yang menarik .					
Keputusan Tentang Merek						
3	Puncak Mas merupakan wisata alam baru yang menarik.					
4	Gambaran tentang wisata Puncak Mas di media sosial sesuai dengan kenyataan.					
Keputusan Tentang Waktu Pembelian						
5	Puncak Mas mudah di jangkau kendaraan umum dan pribadi.					
6	Berkunjung ke Puncak Mas dikarenakan ada waktu luang.					
Keputusan Tentang Jumlah Pembelian						
7	Banyak pilihan wahana wisata baik untuk anak-anak maupun orang dewasa.					
8	Menginginkan kunjungan ulang ke wisata Puncak Mas.					
Keputusan Tentang Metode Pembayaran						
9	Proses pembayaran di wisata Puncak Mas mudah dan cepat.					
10	Puncak Mas memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang datang.					

Keputusan Tentang Penjualan						
11	Puncak Mas melakukan <i>inovasi</i> baru terhadap produk yang mereka tawarkan					
12	Puncak Mas memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang datang.					

TERIMAKASIH ATAS BANTUAN DAN KERJASAMA ANDA

Lampiran 2

Hasil Jawaban Responden

1. Jawaban Kuesioner *Electronic Word of Mouth* (X1)

No	Butir Pernyataan								Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	4	3	4	4	4	4	4	30
2	5	5	4	3	5	4	4	3	33
3	2	5	2	3	2	4	5	2	25
4	5	3	4	4	3	4	4	3	30
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	2	3	3	3	2	3	3	3	22
7	4	5	4	4	5	4	5	5	36
8	4	3	3	5	4	4	3	5	31
9	4	5	5	5	2	5	4	5	35
10	4	3	4	4	4	3	5	4	31
11	4	4	4	5	2	4	4	4	31
12	4	5	4	4	4	4	4	3	32
13	3	4	5	4	3	4	4	4	31
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	3	4	5	5	1	5	5	5	33
16	5	5	5	5	1	5	5	5	36
17	3	4	4	5	4	5	5	5	35
18	4	3	4	5	2	4	4	4	30
19	4	5	4	4	3	4	4	4	32
20	4	3	4	4	1	3	4	3	26
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	3	5	3	3	2	5	5	5	31

23	5	5	5	5	4	3	5	3	35
24	4	4	5	4	5	4	5	5	36
25	3	3	4	3	3	3	4	3	26
26	3	5	4	3	3	4	3	4	29
27	4	5	5	4	4	4	5	5	36
28	5	5	5	4	5	5	5	4	38
29	4	4	5	5	1	4	4	4	31
30	4	5	5	4	5	4	5	4	36
31	3	5	4	5	2	5	5	3	32
32	5	4	4	5	5	4	4	5	36
33	5	4	4	5	2	4	5	4	33
34	3	3	2	4	2	4	4	3	25
35	4	5	4	5	1	5	5	5	34
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	3	4	4	4	4	3	4	4	30
38	4	5	4	5	3	4	4	3	32
39	1	4	2	3	1	1	1	1	14
40	4	4	4	4	4	4	3	4	31
41	4	4	3	4	4	4	4	4	31
42	2	3	4	5	5	3	3	2	27
43	4	5	4	5	5	4	5	5	37
44	4	4	5	4	4	4	4	4	33
45	3	4	3	4	2	4	4	3	27
46	1	4	3	5	3	5	5	4	30
47	5	5	5	5	1	3	5	4	33
48	3	5	3	4	1	4	5	3	28
49	3	4	4	5	4	5	5	5	35

50	5	5	5	5	1	5	5	5	36
51	4	2	3	4	4	4	4	4	29
52	3	3	3	5	3	5	3	3	28
53	4	5	4	5	3	5	5	5	36
54	5	5	4	4	5	4	4	4	35
55	5	5	5	5	5	5	5	4	39
56	5	5	5	5	1	5	5	5	36
57	2	3	3	3	2	3	4	3	23
58	4	5	5	5	5	5	5	5	39
59	4	4	4	5	3	4	3	4	31
60	3	5	3	3	3	3	4	4	28
61	3	3	2	4	2	4	4	3	25
62	2	4	3	4	2	5	5	2	27
63	1	5	4	5	5	5	3	5	33
64	5	4	5	5	3	4	4	5	35
65	5	4	3	5	3	4	5	1	30
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67	5	5	4	5	3	5	5	5	37
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	5	4	4	5	4	5	5	4	36
71	4	5	5	4	5	4	5	5	37
72	5	4	5	5	4	4	5	5	37
73	5	4	5	4	5	4	5	4	36
74	4	5	5	5	5	4	5	4	37
75	4	5	5	4	5	5	5	4	37
76	5	4	5	4	5	4	5	4	36

77	5	5	4	5	4	5	4	5	37
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	4	4	4	4	4	4	4	3	31
80	2	5	5	5	5	5	5	5	37
81	4	4	3	4	3	4	4	4	30
82	4	4	4	5	4	4	4	4	33
83	4	5	4	4	4	4	4	4	33
84	4	4	4	4	4	4	4	5	33
85	5	4	5	4	5	4	5	4	36
86	4	5	4	5	4	5	4	5	36
87	4	4	3	3	2	4	4	4	28
88	4	5	3	4	5	4	5	4	34
89	2	3	3	3	2	3	3	3	22
90	3	4	4	4	3	4	4	3	29
91	4	5	3	5	4	4	4	5	34
92	4	5	3	4	3	5	4	5	33
93	5	4	5	5	5	5	4	5	38
94	5	4	5	5	5	5	4	5	38
95	3	5	5	5	5	5	4	3	35
96	5	5	4	5	4	5	4	5	37
97	4	5	5	5	4	5	4	5	37
98	3	5	4	4	3	4	4	3	30
99	4	4	5	4	5	4	4	4	34
100	4	5	4	4	2	5	5	5	34

2. Jawaban Kuesioner Daya Tarik (X2)

No	Butir Pernyataan										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Skor
1	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	38
2	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
3	2	4	4	4	5	4	2	4	3	3	35
4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	38
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
7	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45
8	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	43
9	5	5	5	5	5	4	2	5	4	4	44
10	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	36
11	5	5	4	4	4	4	2	4	2	3	37
12	5	4	5	5	4	4	4	3	3	3	40
13	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	37
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	5	5	5	5	3	4	1	5	3	3	39
16	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	46
17	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
18	5	4	4	4	3	3	2	4	3	3	35
19	4	4	2	5	3	4	3	4	3	3	35
20	4	4	3	4	3	4	1	4	3	3	33
21	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
22	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	34
23	5	5	4	5	2	4	4	3	3	3	38
24	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	44

25	4	4	5	5	5	5	3	4	3	4	42
26	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	36
27	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	46
28	5	4	5	4	4	4	5	3	5	5	44
29	5	4	4	4	4	4	1	4	4	3	37
30	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
31	4	4	4	4	3	2	2	3	2	2	30
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	4	5	5	5	5	5	2	5	4	5	45
34	5	4	4	4	3	3	2	4	4	3	36
35	5	5	5	5	5	5	1	5	5	3	44
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	5	4	4	4	4	3	3	3	2	4	36
39	3	3	3	4	2	3	1	3	2	3	27
40	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	43
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	40
43	4	4	4	5	5	4	5	3	5	5	44
44	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
45	5	5	3	4	5	3	2	2	2	3	34
46	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	31
47	5	5	5	5	4	5	1	4	5	5	44
48	5	3	3	4	2	5	1	4	4	2	33
49	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
50	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	46
51	4	4	4	5	5	4	4	2	2	4	38

52	3	4	5	5	3	5	3	3	3	3	37
53	4	5	3	4	4	4	3	4	3	2	36
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	47
56	5	3	5	5	5	1	1	3	1	1	30
57	5	5	4	4	4	5	2	5	4	5	43
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	40
60	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
61	5	4	4	4	3	4	2	4	3	3	36
62	5	5	2	4	5	4	2	4	1	1	33
63	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	44
64	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	37
65	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	43
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	5	4	5	5	5	5	3	5	3	3	43
68	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
69	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	47
70	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
71	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
72	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
73	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
74	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4	45
75	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
76	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44
77	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	46
78	5	3	2	5	4	5	5	4	5	4	42

79	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
80	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	46
81	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	38
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
83	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
84	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	41
85	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	44
86	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	46
87	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	37
88	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
89	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	26
90	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	33
91	3	4	3	5	4	3	4	5	4	5	40
92	4	3	4	4	5	3	3	5	4	5	40
93	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
94	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
95	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	45
96	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
97	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	45
98	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	35
99	3	5	4	4	4	4	5	5	4	5	43
100	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	40

3. Jawaban Kuesioner Keputusan Berkunjung(Y)

No	Butir Pernyataan												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Skor
1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
2	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	53
3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	54
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	51
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
7	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	51
8	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	52
9	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	58
10	3	4	3	3	5	4	2	3	2	3	3	4	39
11	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	56
12	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
13	5	5	5	5	4	3	4	3	4	5	5	4	52
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
15	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	5	5	52
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
17	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	53
18	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	49
19	4	5	4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	51
20	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	50
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
22	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	48
23	5	5	5	4	3	3	3	3	3	5	2	3	44
24	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	55

52	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	50
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
54	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
55	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	51
56	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	58
57	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	40
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
59	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	53
60	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
61	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	47
62	5	5	5	5	3	4	3	5	3	5	2	3	3	48
63	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	54
64	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	51
65	3	4	4	4	5	3	5	5	3	5	5	5	5	51
66	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
67	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
68	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
69	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	51
70	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	55
71	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	56
72	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56
73	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	54
74	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	57
75	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	56
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
77	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	55
78	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	57

Lampiran 3

Karakteristik Responden

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Pria	37	37,0	37,0
Valid	Wanita	63	63,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0

2. Responden Berdasarkan Usia

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	15 - 20	15	15,0	15,0
	21 - 30	79	79,0	94,0
Valid	31 - 40	5	5,0	99,0
	41 - 50	1	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0

3. Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran Perbulan Responden				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	< Rp. 250.000	8	8,0	8,0
	Rp. 250.000 - Rp. 500.000	23	23,0	31,0
	Rp. 500.000 - Rp. 750.000	13	13,0	44,0
Valid	Rp. 750.000 - Rp. 1.000.000	23	23,0	67,0
	5	33	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0

4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
	Pegawai Negeri	7	7,0	7,0	7,0
	Pegawai Swasta	17	17,0	17,0	24,0
Valid	Pelajar / Mahasiswa	67	67,0	67,0	91,0
	Lainnya	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

5. Responden Berdasarkan Sosial Media Yang Sering Digunakan

Sosial Media Yang Sering Digunakan					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
	Instagram	83	83,0	83,0	83,0
	Facebook	8	8,0	8,0	91,0
Valid	Twitter	2	2,0	2,0	93,0
	Lainnya	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

6. Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan`

Seberapa Sering Mengakses Sosial Media					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
	Setiaphari	89	89,0	89,0	89,0
Valid	3 - 4 Kali Seminggu	9	9,0	9,0	98,0
	1 - 2 Kali Sebulan	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 4

Hasil Jawaban Responden

1. Jawaban Responden *Electronic Word Of Mouth* (X1)

Ewom1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3,0	3,0	3,0
2	7	7,0	7,0	10,0
Valid 3	19	19,0	19,0	29,0
4	41	41,0	41,0	70,0
5	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ewom2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1,0	1,0	1,0
3	13	13,0	13,0	14,0
Valid 4	37	37,0	37,0	51,0
5	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ewom3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	4,0	4,0	4,0
3	20	20,0	20,0	24,0
Valid 4	40	40,0	40,0	64,0
5	36	36,0	36,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ewom4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	11	11,0	11,0	11,0
4	40	40,0	40,0	51,0
5	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ewom5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	10	10,0	10,0	10,0
2	16	16,0	16,0	26,0
3	18	18,0	18,0	44,0
4	26	26,0	26,0	70,0
5	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ewom6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,0	1,0	1,0
3	11	11,0	11,0	12,0
4	51	51,0	51,0	63,0
5	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ewom7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
3	9	9,0	9,0	10,0
Valid 4	45	45,0	45,0	55,0
5	45	45,0	45,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ewom8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2,0	2,0	2,0
2	3	3,0	3,0	5,0
Valid 3	20	20,0	20,0	25,0
4	36	36,0	36,0	61,0
5	39	39,0	39,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

2. Jawaban Responden Daya Tarik Wisata (X2)

DTW1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1,0	1,0	1,0
3	11	11,0	11,0	12,0
Valid 4	36	36,0	36,0	48,0
5	52	52,0	52,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

DTW2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1,0	1,0	1,0
3	8	8,0	8,0	9,0
Valid 4	50	50,0	50,0	59,0
5	41	41,0	41,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

DTW3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	3,0	3,0	3,0
3	11	11,0	11,0	14,0
Valid 4	47	47,0	47,0	61,0
5	39	39,0	39,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

DTW4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	6	6,0	6,0	6,0
Valid 4	45	45,0	45,0	51,0
5	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

DTW5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	4,0	4,0	4,0
3	16	16,0	16,0	20,0
Valid 4	41	41,0	41,0	61,0
5	39	39,0	39,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

DTW6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2,0	2,0	2,0
2	1	1,0	1,0	3,0
3	17	17,0	17,0	20,0
4	48	48,0	48,0	68,0
5	32	32,0	32,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

DTW7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	10	10,0	10,0	10,0
2	16	16,0	16,0	26,0
3	18	18,0	18,0	44,0
4	26	26,0	26,0	70,0
5	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

DTW8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2,0	2,0	2,0
3	16	16,0	16,0	18,0
4	43	43,0	43,0	61,0
5	39	39,0	39,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

DTW9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2,0	2,0	2,0
2	6	6,0	6,0	8,0
3	25	25,0	25,0	33,0
4	29	29,0	29,0	62,0
5	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

DTW10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2,0	2,0	2,0
2	3	3,0	3,0	5,0
3	28	28,0	28,0	33,0
4	30	30,0	30,0	63,0
5	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

3. Jawaban Responden Keputusan Berkunjung (Y)**KB1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	8	8,0	8,0	8,0
4	34	34,0	34,0	42,0
5	58	58,0	58,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KB2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	8	8,0	8,0	8,0
4	42	42,0	42,0	50,0
5	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KB3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	9,0	9,0	9,0
4	47	47,0	47,0	56,0
5	44	44,0	44,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KB4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1,0	1,0	1,0
3	13	13,0	13,0	14,0
4	38	38,0	38,0	52,0
5	48	48,0	48,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KB5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1,0	1,0	1,0
3	15	15,0	15,0	16,0
4	38	38,0	38,0	54,0
5	46	46,0	46,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KB6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1,0	1,0	1,0
3	14	14,0	14,0	15,0
Valid 4	36	36,0	36,0	51,0
5	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KB7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2,0	2,0	2,0
3	11	11,0	11,0	13,0
Valid 4	46	46,0	46,0	59,0
5	41	41,0	41,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KB8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1,0	1,0	1,0
3	10	10,0	10,0	11,0
Valid 4	34	34,0	34,0	45,0
5	55	55,0	55,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KB9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2,0	2,0	2,0
3	14	14,0	14,0	16,0
Valid 4	39	39,0	39,0	55,0
5	45	45,0	45,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KB10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
3	13	13,0	13,0	14,0
Valid 4	35	35,0	35,0	49,0
5	51	51,0	51,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KB11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	3,0	3,0	3,0
3	10	10,0	10,0	13,0
Valid 4	44	44,0	44,0	57,0
5	43	43,0	43,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KB12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
3	8	8,0	8,0	9,0
Valid 4	48	48,0	48,0	57,0
5	43	43,0	43,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 5

Hasil Uji Validitas

1. Hasil Uji Validitas *Electronic Word of Mouth* (X1)

Correlations

		Ewom1	Ewom2	Ewom3	Ewom4	Ewom5	Ewom6	Ewom7	Ewom8	Total_Ewom
Ewom1	Pearson Correlation	1	,255*	,537**	,374**	,289**	,285**	,410**	,418**	,692**
	Sig. (2-tailed)		,010	,000	,000	,003	,004	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Ewom2	Pearson Correlation	,255*	1	,374**	,222*	,194	,437**	,409**	,369**	,581**
	Sig. (2-tailed)	,010		,000	,026	,054	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Ewom3	Pearson Correlation	,537**	,374**	1	,455**	,392**	,348**	,416**	,496**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Ewom4	Pearson Correlation	,374**	,222*	,455**	1	,156	,541**	,297**	,431**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,000	,026	,000		,121	,000	,003	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Ewom5	Pearson Correlation	,289**	,194	,392**	,156	1	,193	,151	,292**	,591**
	Sig. (2-tailed)	,003	,054	,000	,121		,054	,134	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Ewom6	Pearson Correlation	,285**	,437**	,348**	,541**	,193	1	,490**	,567**	,680**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000	,000	,054		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Ewom7	Pearson Correlation	,410**	,409**	,416**	,297**	,151	,490**	1	,364**	,626**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003	,134	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Ewom8	Pearson Correlation	,418**	,369**	,496**	,431**	,292**	,567**	,364**	1	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,003	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Ewom	Pearson Correlation	,692**	,581**	,762**	,612**	,591**	,680**	,626**	,739**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Validitas Daya Tarik Wisata (X2)

Correlations

		DTW1	DTW2	DTW3	DTW4	DTW5	DTW6	DTW7	DTW8	DTW9	DTW10	Total DTW
DTW1	Pearson Correlation	1	,315**	,449**	,281**	,287**	,319**	,057	,227*	,271**	,159	,468**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,005	,004	,001	,570	,023	,006	,113	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DTW2	Pearson Correlation	,315**	1	,365**	,419**	,299**	,521**	,188	,337**	,305**	,295**	,572**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,002	,000	,061	,001	,002	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DTW3	Pearson Correlation	,449**	,365**	1	,362**	,490**	,370**	,239*	,375**	,454**	,457**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,017	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DTW4	Pearson Correlation	,281**	,419**	,362**	1	,370**	,414**	,205*	,276**	,293**	,294**	,549**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000		,000	,000	,041	,006	,003	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DTW5	Pearson Correlation	,287**	,299**	,490**	,370**	1	,373**	,286**	,394**	,327**	,426**	,637**
	Sig. (2-tailed)	,004	,002	,000	,000		,000	,004	,000	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DTW6	Pearson Correlation	,319**	,521**	,370**	,414**	,373**	1	,309**	,489**	,563**	,443**	,721**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000		,002	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DTW7	Pearson Correlation	,057	,188	,239*	,205*	,286**	,309**	1	,210*	,547**	,544**	,632**
	Sig. (2-tailed)	,570	,061	,017	,041	,004	,002		,036	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DTW8	Pearson Correlation	,227*	,337**	,375**	,276**	,394**	,489**	,210*	1	,532**	,487**	,649**
	Sig. (2-tailed)	,023	,001	,000	,006	,000	,000	,036		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DTW9	Pearson Correlation	,271**	,305**	,454**	,293**	,327**	,563**	,547**	,532**	1	,731**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,006	,002	,000	,003	,001	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DTW10	Pearson Correlation	,159	,295**	,457**	,294**	,426**	,443**	,544**	,487**	,731**	1	,780**
	Sig. (2-tailed)	,113	,003	,000	,003	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_DTW	Pearson Correlation	,468**	,572**	,672**	,549**	,637**	,721**	,632**	,649**	,807**	,780**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validatas Keputusan Berkunjung (Y)

Correlations

		KB1	KB2	KB3	KB4	KB5	KB6	KB7	KB8	KB9	KB10	KB11	KB12	Total_KB
KB1	Pearson Correlation	1	,516**	,502**	,435**	,197*	,240*	,300**	,275**	,333**	,291**	,216*	,266**	,553**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,049	,016	,002	,006	,001	,003	,031	,008	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KB2	Pearson Correlation	,516**	1	,303**	,538**	,268**	,213*	,282**	,198*	,238*	,430**	,242*	,213*	,541**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,000	,007	,033	,004	,048	,017	,000	,015	,033	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KB3	Pearson Correlation	,502**	,303**	1	,393**	,309**	,177	,384**	,307**	,254*	,357**	,279**	,329**	,560**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,000	,002	,079	,000	,002	,011	,000	,005	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KB4	Pearson Correlation	,435**	,538**	,393**	1	,333**	,438**	,436**	,455**	,477**	,549**	,538**	,452**	,755**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KB5	Pearson Correlation	,197*	,268**	,309**	,333**	1	,309**	,391**	,403**	,364**	,304**	,405**	,466**	,599**
	Sig. (2-tailed)	,049	,007	,002	,001		,002	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KB6	Pearson Correlation	,240*	,213*	,177	,438**	,309**	1	,319**	,504**	,451**	,247*	,476**	,406**	,605**
	Sig. (2-tailed)	,016	,033	,079	,000	,002		,001	,000	,000	,013	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KB7	Pearson Correlation	,300**	,282**	,384**	,436**	,391**	,319**	1	,498**	,532**	,526**	,577**	,596**	,735**
	Sig. (2-tailed)	,002	,004	,000	,000	,000	,001		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KB8	Pearson Correlation	,275**	,198*	,307**	,455**	,403**	,504**	,498**	1	,517**	,414**	,470**	,384**	,684**
	Sig. (2-tailed)	,006	,048	,002	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KB9	Pearson Correlation	,333**	,238*	,254*	,477**	,364**	,451**	,532**	,517**	1	,507**	,574**	,520**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,001	,017	,011	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KB10	Pearson Correlation	,291**	,430**	,357**	,549**	,304**	,247*	,526**	,414**	,507**	1	,465**	,615**	,719**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,002	,013	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KB11	Pearson Correlation	,216*	,242*	,279**	,538**	,405**	,476**	,577**	,470**	,574**	,465**	1	,679**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,031	,015	,005	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000

Lampiran 6

Hasil Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Reliabilitas *Electronic Word Of Mouth* (X1)

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
,797	8

2. Hasil Uji Reliabilitas *Daya Tarik Wisata* (X2)

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
,842	10

3. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Berkunjung (Y)

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	100	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	100	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Lampiran 7

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Total_Ewom	Total_DTW	Total_KB
N		100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	32,81	41,18	52,12
	Std. Deviation	4,631	5,641	5,790
Most Extreme Differences	Absolute	,105	,121	,093
	Positive	,073	,059	,087
	Negative	-,105	-,121	-,093
Kolmogorov-Smirnov Z		1,045	1,214	,933
Asymp. Sig. (2-tailed)		,225	,105	,349

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
<i>Elektronik Word Of Mouth</i>	0.764	16	81	0.720
Daya Tarik Wisata	1.062	18	77	0.405

3. Hasil Uji Linearitas

Electronic Word Of Mouth

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_KB * Total_Ewom	(Combined)	2169,961	18	120,553	8,502	,000
	Linearity	1813,394	1	1813,394	127,882	,000
	Deviation from Linearity	356,567	17	20,975	1,479	,124
	Within Groups	1148,599	81	14,180		
Total		3318,560	99			

Daya Tarik Wisata

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_KB *	(Combined)	2127,907	22	96,723	6,255	,000
	Between Groups					
	Linearity	1395,453	1	1395,453	90,244	,000
Total_DTW	Deviation from Linearity	732,454	21	34,879	2,256	,065
	Within Groups	1190,653	77	15,463		
Total		3318,560	99			

4. Hasil Regresi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,754 ^a	,568	,559	3,845

a. Predictors: (Constant), Total_DTW, Total_Ewom

5. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21,799	2,818		7,736	,000
	Total_Ewom	,924	,085	,739	10,866	,000

a. Dependent Variable: Total_KB

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,715	3,280		7,535	,000
	Total_DTW	,666	,079	,648	8,433	,000

a. Dependent Variable: Total_KB

6. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1884,505	2	942,252	63,734	,000 ^b
	Residual	1434,055	97	14,784		
	Total	3318,560	99			

a. Dependent Variable: Total_KB

b. Predictors: (Constant), Total_DTW, Total_Ewom