

PENGARUH *TRAVEL MOTIVATION*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN  
*DESTINATION IMAGE* TERHADAP *VISIT INTENTION* GENERASI MILENIAL PADA  
WISATA PULAU TEGAL MAS LAMPUNG

Perihal : Mohon Bantuan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth :

Bapak/ Ibu, saudara/ i

Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program strata 1 Manajemen di Program Studi Manajemen Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Saya:

Nama : Kavin Fransiskus

NPM : 1612110001

Sedang melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH *TRAVEL MOTIVATION*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *DESTINATION IMAGE* TERHADAP *VISIT INTENTION* GENERASI MILENIAL PADA WISATA PULAU TEGAL MAS LAMPUNG”, adapun syarat menjadi Responden :

1. Berusia 22-37 Tahun
2. Aktif Menggunakan Sosial Media (Instagram)
3. Mengetahui Wisata Pulau Tegal Mas Lampung

Oleh karena itu saya mohon ketersediaan bapak/ibu, saudara/i untuk mengisi kuesioner di bawah ini dengan jujur dan benar. Data atau informasi yang terkumpulkan akan saya jaga kerahasiaannya dan semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penyusunan skripsi. Atas perhatian bapak/ibu, saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Kavin Fransiskus

## 1. Identifikasi Responden

Berilah tanda (√) pada pernyataan dibawah ini dengan keadaan dan situasi bapak/ibu, saudara/i pada saat ini.

a. Nama Responden :

b. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

c. Usia :  22-26  27-32  32-37

d. Media sosial  :  Instagram  Facebook

e. Nama Instagram/Facebook :

f. Asal (Kabupaten/Kota) :  Bandar Lampung  Metro  Pringsewu

Tanggamus  Pesawaran  Way kanan

Mesuji  T. Bawang  Tubaba

Pesibar  Lambar  Lamtim

Lamsel  Lampura  Lamteng

g. Pekerjaan :  Mahasiswa  K. Swasta  PNS

Wiraswasta  Profesional  K. BUMN

IRT  Pedagang  SPG/SPB

## 2. FORMAT PENGISIAN KUESIONER

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. isilah terlebih dahulu identitas diri bapak/ibu, saudara/i
2. Anda dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan anda secara objektif dengan memberi tanda centang (√) pada salah satu kriteria untuk setiap pernyataan yang menurut anda paling tepat.
3. skor yang diberikan tidak mengandung nilai atau jawaban benar/salah melainkan menunjukkan kesesuaian penilaian anda terhadap isi setiap pernyataan
4. pilihlah jawaban yang tersedia adalah :

Jawaban	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

5. kejujuran bapak/ibu. Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini sangat saya harapkan, sebaliknya juga saya akan berusaha menjaga kerahasiaan jawaban saudara
6. setelah selesai periksalah kembali dan jangan sampai ada pertanyaan yang belum terjawab.

(\*) Wajib diisi

### ***Travel Motivation (X1)***

No.	Pernyataan	Bobot Skor				
		1 (STS)	2 (TS)	3 (CS)	4 (S)	5 (SS)
<i>Physical Motivation ( Motivasi fisik )</i>						
1	Pulau Tegal Mas merupakan tempat yang baik untuk relaksasi					
2	Pulau Tegal Mas merupakan tempat yang memberikan kenyamanan					
3	Pulau Tegal Mas merupakan tempat yang cocok untuk mencari pengalaman baru					
4	Pulau Tegal Mas merupakan tempat yang cocok untuk bersantai					
<i>Cultural Motivation ( Motivasi Budaya )</i>						
5	Pulau Tegal Mas menawarkan tentang budaya setempat					
6	Pulau Tegal Mas menawarkan					

	tentang adat istiadat					
7	Pulau Tegal Mas tradisi kesenian khas					
8	Pulau Tegal Mas menawarkan tentang peninggalan budaya					
<i>Social Motivation</i> ( motivasi sosial )						
9	Pulau tegal Mas merupakan tempat yang baik untuk bersosialisasi					
10	Pulau tegal Mas merupakan tempat yang baik untuk mencari teman baru					
<i>Fantasi Motivation</i> ( Motivasi karena fantasi )						
11	Pulau tegal Mas merupakan tempat yang baik untuk melepas rutinitas keseharian					
12	Pulau tegal Mas merupakan tempat yang baik untuk menceritakan pengalaman					

***Electronic Word Of Mouth (X2)***

No.	Pernyataan	Bobot Skor				
		1 (STS)	2 (TS)	3 (CS)	4 (S)	5 (SS)
1	Saya membaca ulasan di media sosial untuk mengetahui kesan dari tempat wisata Pulau Tegal Mas					
2	Saya membaca pendapat-pendapat dari wisatawan yang pernah berkunjung pada wisata Pulau Tegal Mas di media sosial					
3	Saya konsultasi secara online untuk membantu dan memilih wisata yang menarik					
4	Saya mengumpulkan informasi dari wisatawan yang pernah berkunjung, di media sosial sebelum berkunjung ke wisata Pulau Tegal Mas					
5	Saya melihat review online agar meyakinkan saya untuk berkunjung ke wisata Pulau Tegal Mas					

**(Diadopsi dari Shabnam Doosti et al, 2016)**

***Destination Image (X3)***

No.	Pernyataan	Bobot Skor				
		1 (STS)	2 (TS)	3 (CS)	4 (S)	5 (SS)
1	Pulau Tegal Mas terlihat aman dan nyaman					
2	Pulau Tegal Mas menawarkan tempat yang menarik					
3	Pulau Tegal Mas mempunyai pemandangan yang indah					

**(Diadopsi dari Shabnam Doosti et al, 2016)**

***Visit Intention (Y)***

No.	Pernyataan	Bobot Skor				
		1 (STS)	2 (TS)	3 (CS)	4 (S)	5 (SS)
1	Saya memperkirakan akan mengunjungi wisata pulau tegal mas dikemudian hari					
2	Saya akan mengunjungi wisata Pulau Tegal Mas Lampung daripada wisata lain					
3	Jika semua berjalan sesuai keinginan, maka saya akan berkunjung kembali ke pulau tegal mas					
4	Saya akan merekomendasikan kepada wisatawan lain untuk berkunjung ke Pulau Tegal Mas Lampung					

**(Diadopsi dari Shabnam Doosti et al, 2016)**

## Lampiran 2

### Tabulasi Jawaban Responden

#### 1. *Travel Motivation (X1)*

Resp	TM 1	TM 2	TM 3	TM 4	TM 5	TM 6	TM 7	TM 8	TM 9	TM1 0	TM1 1	TM1 2	TOTAL
R1	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	54
R2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	40
R3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	52
R4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	50
R5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
R6	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	54
R7	4	4	4	4	3	2	2	3	2	1	4	4	37
R8	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	50
R9	5	5	4	4	3	3	3	3	4	2	5	5	46
R10	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	41
R11	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	57
R12	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	56
R13	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	50
R14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
R15	5	5	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	47
R16	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	57
R17	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	44
R18	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	3	5	48
R19	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	50
R20	1	3	2	3	1	3	1	3	2	2	1	1	23
R21	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	40
R22	4	4	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	42
R23	4	4	3	5	4	5	4	3	4	5	4	5	50
R24	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	44
R25	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	58
R26	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	37
R27	5	4	4	5	3	1	1	1	5	2	3	3	37
R28	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	54
R29	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	56
R30	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	53
R31	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	48
R32	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	57
R33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
R34	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	33
R35	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	48
R36	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	39
R37	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	5	4	39
R38	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	54
R39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	49
R40	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	41
R41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
R42	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	47
R43	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	50
R44	4	3	2	4	2	2	2	2	4	4	2	3	34
R45	5	5	4	5	4	3	3	4	2	1	4	2	42

R46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
R47	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	53
R48	4	5	3	4	2	2	2	1	4	4	5	4	40
R49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
R50	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	51
R51	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
R53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
R54	4	4	4	5	3	3	3	3	5	4	5	5	48
R55	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	3	45
R56	4	3	3	4	2	1	1	1	3	2	4	4	32
R57	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	56
R58	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	37
R59	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
R60	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	55
R61	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	55
R62	5	5	4	5	4	3	3	3	4	3	5	4	48
R63	3	4	4	4	5	4	5	4	3	2	4	4	46
R64	3	5	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	46
R65	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	55
R66	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	54
R67	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	42
R68	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	55
R69	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	50
R70	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	53
R71	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	54
R72	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	57
R73	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	54
R74	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	54
R75	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	55
R76	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	57
R77	4	4	5	4	4	4	5	3	5	5	5	4	52
R78	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	55
R79	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	53
R80	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	51
R81	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	3	2	32
R82	4	4	4	5	3	3	3	3	4	3	5	4	45
R83	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	5	5	50
R84	4	3	2	5	3	3	3	3	2	3	3	4	38
R85	4	4	5	5	4	3	3	3	2	2	4	3	42
R86	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	53
R87	4	3	5	3	4	4	4	3	3	2	1	4	40
R88	5	4	4	5	3	3	3	3	5	2	5	5	47
R89	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	54
R90	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	53
R91	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5	4	51
R92	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	52
R93	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	55
R94	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	53
R95	5	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	4	51
R96	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	53
R97	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	52

R98	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	56
R99	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	51
R100	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	51

## 2. Electronic Word of Mouth (X2)

<i>Electronic word of Mouth (X2)</i>							
RESP/QUES	EWM1	EWM2	EWM3	EWM4	EWM5	TOTAL	
R1	5	5	4	5	5	24	
R2	4	4	3	3	4	18	
R3	5	5	3	4	4	21	
R4	5	5	4	5	5	24	
R5	5	5	4	5	4	23	
R6	5	5	4	4	5	23	
R7	5	5	1	4	4	19	
R8	4	5	5	4	5	23	
R9	3	3	3	3	3	15	
R10	4	3	3	3	3	16	
R11	5	4	5	4	5	23	
R12	5	5	4	5	5	24	
R13	5	5	3	5	5	23	
R14	5	5	5	5	5	25	
R15	5	4	3	4	4	20	
R16	4	4	4	5	4	21	
R17	4	5	4	4	4	21	
R18	4	4	4	4	3	19	
R19	5	5	5	5	5	25	
R20	2	2	1	2	1	8	
R21	4	4	3	3	3	17	
R22	3	3	3	4	4	17	
R23	4	5	4	5	4	22	
R24	4	3	4	4	4	19	
R25	5	5	4	4	5	23	
R26	4	4	5	3	5	21	
R27	3	3	4	1	4	15	
R28	5	5	4	5	5	24	
R29	5	5	4	5	5	24	
R30	5	5	4	5	5	24	
R31	4	4	3	3	4	18	
R32	4	4	4	4	4	20	
R33	4	1	1	3	5	14	
R34	2	3	3	2	3	13	
R35	5	4	3	3	4	19	
R36	2	2	1	2	3	10	
R37	3	3	2	4	4	16	
R38	5	5	5	4	5	24	
R39	5	5	4	4	4	22	
R40	3	3	3	5	5	19	



R41	5	4	4	4	4	21
R42	4	4	4	4	3	19
R43	5	5	5	5	5	25
R44	4	4	3	4	4	19
R45	4	5	4	4	5	22
R46	5	5	5	5	5	25
R47	4	5	5	4	4	22
R48	4	4	5	4	5	22
R49	5	5	5	5	5	25
R50	4	4	4	4	4	20
R51	5	5	4	4	3	21
R52	4	4	4	4	4	20
R53	4	4	4	4	4	20
R54	5	5	4	5	5	24
R55	4	3	3	3	4	17
R56	2	3	2	3	2	12
R57	5	5	5	5	3	23
R58	3	3	3	3	2	14
R59	3	3	4	4	4	18
R60	5	4	4	5	5	23
R61	4	4	5	4	5	22
R62	4	5	4	5	5	23
R63	4	4	4	4	5	21
R64	5	5	4	4	4	22
R65	5	5	4	4	5	23
R66	5	5	4	5	5	24
R67	3	4	3	4	3	17
R68	5	5	4	5	5	24
R69	5	5	4	4	5	23
R70	5	5	4	4	5	23
R71	4	5	4	5	5	23
R72	5	5	4	5	5	24
R73	5	5	4	5	5	24
R74	5	5	4	4	4	22
R75	5	4	4	5	5	23
R76	5	5	3	5	5	23
R77	5	5	4	5	5	24
R78	5	5	4	4	5	23
R79	5	5	4	4	5	23
R80	5	4	4	4	5	22
R81	3	3	2	3	2	13
R82	4	4	3	4	4	19
R83	5	5	5	5	5	25
R84	4	4	2	4	4	18
R85	5	5	3	5	5	23
R86	5	5	5	5	5	25
R87	4	4	2	1	4	15
R88	4	4	5	5	4	22

R89	5	5	4	5	5	24
R90	5	5	5	4	4	23
R91	5	5	4	4	5	23
R92	4	5	4	5	5	23
R93	4	5	5	5	4	23
R94	4	5	4	5	5	23
R95	4	5	4	5	5	23
R96	5	5	4	4	4	22
R97	4	5	5	4	5	23
R98	5	4	4	5	4	22
R99	4	4	4	5	5	22
R100	4	4	4	5	5	22

### 3. Destination Image (X3)

<i>Destinatiom Image (X3)</i>				
RESP/QUES	DI1	DI2	DI3	TOTAL
R1	5	5	5	15
R2	4	4	4	12
R3	4	5	5	14
R4	4	4	5	13
R5	5	4	4	13
R6	5	5	4	14
R7	4	4	4	12
R8	4	5	4	13
R9	5	5	5	15
R10	3	3	5	11
R11	5	5	5	15
R12	5	5	5	15
R13	5	4	5	14
R14	5	5	5	15
R15	4	4	4	12
R16	4	4	4	12
R17	4	4	4	12
R18	4	5	4	13
R19	5	5	5	15
R20	1	1	3	5
R21	4	4	4	12
R22	3	4	5	12
R23	4	5	4	13
R24	3	3	3	9
R25	5	5	5	15
R26	4	3	4	11
R27	3	4	4	11
R28	5	5	5	15
R29	5	5	5	15
R30	5	5	5	15
R31	4	4	5	13

R32	5	3	5	13
R33	5	5	5	15
R34	3	3	3	9
R35	4	4	4	12
R36	4	5	5	14
R37	4	5	5	14
R38	5	5	5	15
R39	5	5	5	15
R40	4	4	5	13
R41	5	4	4	13
R42	4	4	4	12
R43	5	4	5	14
R44	3	4	4	11
R45	5	4	5	14
R46	5	5	5	15
R47	4	5	5	14
R48	4	5	5	14
R49	5	5	5	15
R50	4	4	4	12
R51	3	5	5	13
R52	5	5	5	15
R53	4	4	4	12
R54	4	4	4	12
R55	3	4	4	11
R56	4	3	3	10
R57	4	5	5	14
R58	3	3	4	10
R59	4	4	4	12
R60	5	5	5	15
R61	4	4	5	13
R62	5	5	5	15
R63	4	5	5	14
R64	4	4	5	13
R65	4	5	5	14
R66	4	4	5	13
R67	4	4	4	12
R68	4	4	5	13
R69	4	4	5	13
R70	4	5	5	14
R71	5	5	5	15
R72	4	5	5	14
R73	5	5	5	15
R74	4	5	5	14
R75	4	5	5	14
R76	4	5	5	14
R77	5	4	5	14
R78	4	4	5	13
R79	5	5	5	15

R80	4	5	5	14
R81	3	4	4	11
R82	4	4	5	13
R83	4	5	5	14
R84	4	5	5	14
R85	4	5	5	14
R86	4	4	5	13
R87	2	4	5	11
R88	5	5	5	15
R89	5	4	5	14
R90	4	4	5	13
R91	4	5	5	14
R92	5	4	5	14
R93	5	4	5	14
R94	4	5	5	14
R95	4	5	5	14
R96	5	4	5	14
R97	5	5	5	15
R98	4	4	5	13
R99	4	4	4	12
R100	4	5	5	14

#### 4. Visit Intention (Y)

<i>Visit Intention (Y)</i>					
RESP/QUES	MB1	MB2	MB3	MB4	TOTAL
R1	5	4	4	5	18
R2	3	3	3	3	12
R3	5	4	4	5	18
R4	5	5	4	5	19
R5	5	4	4	5	18
R6	4	4	5	4	17
R7	4	3	4	4	15
R8	5	4	5	4	18
R9	3	3	3	3	12
R10	4	3	3	3	13
R11	5	5	5	5	20
R12	5	4	5	5	19
R13	5	4	4	4	17
R14	5	5	5	5	20
R15	4	4	4	4	16
R16	4	5	5	5	19
R17	4	4	4	4	16
R18	5	5	3	4	17
R19	5	3	4	4	16
R20	1	1	1	1	4
R21	4	4	4	4	16
R22	3	3	3	4	13

R23	4	5	4	4	17
R24	4	4	4	4	16
R25	5	5	5	5	20
R26	3	3	4	4	14
R27	4	3	3	4	14
R28	5	4	4	4	17
R29	5	4	4	5	18
R30	5	4	4	5	18
R31	4	3	4	4	15
R32	5	4	5	5	19
R33	5	5	5	5	20
R34	3	3	3	3	12
R35	3	4	3	5	15
R36	5	3	5	5	18
R37	5	4	5	5	19
R38	5	4	5	5	19
R39	5	5	5	5	20
R40	5	4	4	5	18
R41	5	3	5	4	17
R42	4	4	4	4	16
R43	5	5	5	5	20
R44	4	2	4	3	13
R45	3	4	5	4	16
R46	5	5	5	5	20
R47	5	4	4	4	17
R48	4	4	3	4	15
R49	5	5	5	5	20
R50	4	4	4	4	16
R51	5	4	5	4	18
R52	3	3	3	3	12
R53	4	4	4	4	16
R54	4	3	4	4	15
R55	4	3	4	4	15
R56	3	3	3	3	12
R57	5	5	5	5	20
R58	3	3	3	3	12
R59	4	4	3	3	14
R60	4	4	4	5	17
R61	5	5	5	4	19
R62	4	4	4	4	16
R63	4	4	4	5	17
R64	4	3	4	5	16
R65	5	5	5	5	20
R66	5	4	4	5	18
R67	4	3	3	4	14
R68	5	4	4	5	18
R69	5	4	4	5	18
R70	5	5	4	5	19

R71	5	4	5	5	19
R72	5	4	4	5	18
R73	5	4	4	5	18
R74	5	5	5	5	20
R75	4	5	5	4	18
R76	5	4	4	4	17
R77	5	4	4	5	18
R78	5	4	5	5	19
R79	5	4	5	5	19
R80	5	4	4	5	18
R81	3	3	3	3	12
R82	4	4	5	5	18
R83	5	5	5	5	20
R84	4	3	3	3	13
R85	5	3	4	4	16
R86	5	5	5	4	19
R87	5	5	5	5	20
R88	5	5	5	4	19
R89	5	5	4	5	19
R90	5	4	4	5	18
R91	5	4	4	5	18
R92	5	4	5	5	19
R93	5	4	4	5	18
R94	4	5	5	5	19
R95	5	4	4	5	18
R96	5	5	5	5	20
R97	5	4	5	5	19
R98	5	4	5	5	19
R99	5	4	4	5	18
R100	5	4	5	5	19

### Lampiran 3

#### Karakteristik Responden

##### Jenis\_Kelamin

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	38	38.0	38.0	38.0
Valid perempuan	62	62.0	62.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

##### Usia

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
22-26	93	93.0	93.0	93.0
Valid 27-32	6	6.0	6.0	99.0
33-37	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

##### Media Sosial

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Instagram	96	96.0	96.0	96.0
Valid Facebook	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

##### Pekerjaan

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
mahasiswa	59	59.0	59.0	59.0
karyawanswasta	23	23.0	23.0	82.0
PNS	3	3.0	3.0	85.0
Valid wiraswasta	3	3.0	3.0	88.0
profesional	5	5.0	5.0	93.0
Karyawan	1	1.0	1.0	94.0
BUMN				
IbuRumahTangga	2	2.0	2.0	96.0

SPG?SPB	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Kabupaten/Kota**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Bandar Lampung	55	55.0	55.0	55.0
Metro	1	1.0	1.0	56.0
Pringsewu	4	4.0	4.0	60.0
Tanggamus	18	18.0	18.0	78.0
Way Kanan	2	2.0	2.0	80.0
Mesuji	2	2.0	2.0	82.0
TulangBawang	4	4.0	4.0	86.0
Valid TulangBawang Barat	2	2.0	2.0	88.0
Pesisir Barat	1	1.0	1.0	89.0
Lampung Barat	1	1.0	1.0	90.0
Lampung Timur	4	4.0	4.0	94.0
Lampung Selatan	3	3.0	3.0	97.0
Lampung Utara	1	1.0	1.0	98.0
Lampung Tengah	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



## Lampiran 4

### Hasil Uji Frekuensi Kuesioner

#### 1. *Travel Motivation* (X1)

##### x1.1

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
3	10	10.0	10.0	11.0
Valid 4	46	46.0	46.0	57.0
5	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

##### x1.2

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	14	14.0	14.0	14.0
Valid 4	46	46.0	46.0	60.0
5	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

##### x1.3

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	3.0	3.0	3.0
3	13	13.0	13.0	16.0
Valid 4	40	40.0	40.0	56.0
5	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x1.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	8	8.0	8.0	8.0
4	39	39.0	39.0	47.0
5	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x1.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	5	5.0	5.0	6.0
3	23	23.0	23.0	29.0
4	53	53.0	53.0	82.0
5	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x1.7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
2	4	4.0	4.0	7.0
3	26	26.0	26.0	33.0
4	51	51.0	51.0	84.0
5	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x1.8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
2	3	3.0	3.0	6.0
3	38	38.0	38.0	44.0
4	45	45.0	45.0	89.0
5	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x1.9**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	7	7.0	7.0	7.0
3	13	13.0	13.0	20.0
Valid 4	47	47.0	47.0	67.0
5	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x1.10**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.0	2.0	2.0
2	10	10.0	10.0	12.0
Valid 3	18	18.0	18.0	30.0
4	31	31.0	31.0	61.0
5	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x1.11**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.0	2.0	2.0
2	2	2.0	2.0	4.0
Valid 3	12	12.0	12.0	16.0
4	25	25.0	25.0	41.0
5	59	59.0	59.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x1.12**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
Valid 2	3	3.0	3.0	4.0
3	10	10.0	10.0	14.0

4	33	33.0	33.0	47.0
5	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## 2. Electronic word of Mouth (X2)

### x2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	4.0	4.0	4.0
3	9	9.0	9.0	13.0
Valid 4	37	37.0	37.0	50.0
5	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### x2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	2	2.0	2.0	3.0
Valid 3	13	13.0	13.0	16.0
4	30	30.0	30.0	46.0
5	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### x2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	4.0	4.0	4.0
2	5	5.0	5.0	9.0
Valid 3	19	19.0	19.0	28.0
4	53	53.0	53.0	81.0
5	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x2.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	3	3.0	3.0	5.0
3	12	12.0	12.0	17.0
4	43	43.0	43.0	60.0
5	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x2.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	3	3.0	3.0	4.0
3	10	10.0	10.0	14.0
4	34	34.0	34.0	48.0
5	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**3. Destination Image (X3)****x3.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	1	1.0	1.0	2.0
3	10	10.0	10.0	12.0
4	53	53.0	53.0	65.0
5	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x3.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
3	7	7.0	7.0	8.0
Valid 4	43	43.0	43.0	51.0
5	49	49.0	49.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x3.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	4	4.0	4.0	4.0
Valid 4	26	26.0	26.0	30.0
5	70	70.0	70.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**4. Visit Intention (Y)****y1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
3	11	11.0	11.0	12.0
Valid 4	28	28.0	28.0	40.0
5	60	60.0	60.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**y2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
Valid 2	1	1.0	1.0	2.0
3	22	22.0	22.0	24.0
4	51	51.0	51.0	75.0

5	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**y3**

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
3	16	16.0	16.0	17.0
Valid 4	45	45.0	45.0	62.0
5	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**y4**

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
3	11	11.0	11.0	12.0
Valid 4	34	34.0	34.0	46.0
5	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	







x1.12	Pearson Correlation	.686**	.622**	.608**	.428*	.642**	.597**	.704**	.385*	.570**	.525**	.775**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,018	,000	,001	,000	,036	,001	,003	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
skor_total_X1	Pearson Correlation	.646**	.693**	.793**	.579**	.886**	.772**	.895**	.681**	.771**	.769**	.842**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## 2. Hasil Output Electronic word of mouth (x2)

### Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	skor_total_x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.836**	.358	.725**	.749**	.869**
	Sig. (2-tailed)		.000	.052	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2.2	Pearson Correlation	.836**	1	.395*	.743**	.737**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		.031	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2.3	Pearson Correlation	.358	.395*	1	.365*	.676**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.052	.031		.048	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2.4	Pearson Correlation	.725**	.743**	.365*	1	.601**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.048		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2.5	Pearson Correlation	.749**	.737**	.676**	.601**	1	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30

skor_total_x	Pearson	.869**	.883**	.684**	.828**	.903**	1
2	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

### 3. Hasil Output Destination Image (X3)

#### Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	skor_total_x 3
x3.1	Pearson	1	.823**	.619**	.934**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
x3.2	Pearson	.823**	1	.608**	.930**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
x3.3	Pearson	.619**	.608**	1	.794**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
skor_total_x 3	Pearson	.934**	.930**	.794**	1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

### 4. Hasil Output *Visit Intention* (Y)

#### Correlations

		y1	y2	y3	y4	skor_total_ Y
y1	Pearson	1	.733**	.695**	.821**	.902**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
y2	Pearson	.733**	1	.739**	.775**	.897**
	Correlation					

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	.695**	.739**	1	.787**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	.821**	.775**	.787**	1	.934**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
skor_total_	Pearson Correlation	.902**	.897**	.887**	.934**	1
Y	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

## Lampiran 6

### Hasil Output Uji Reliabilitas

#### 1. *Travel Motivation (X1)*

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	13

#### 2. *Electronic Word of Mouth (X2)*

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	6

#### 3. *Destination Image (X3)*

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	4

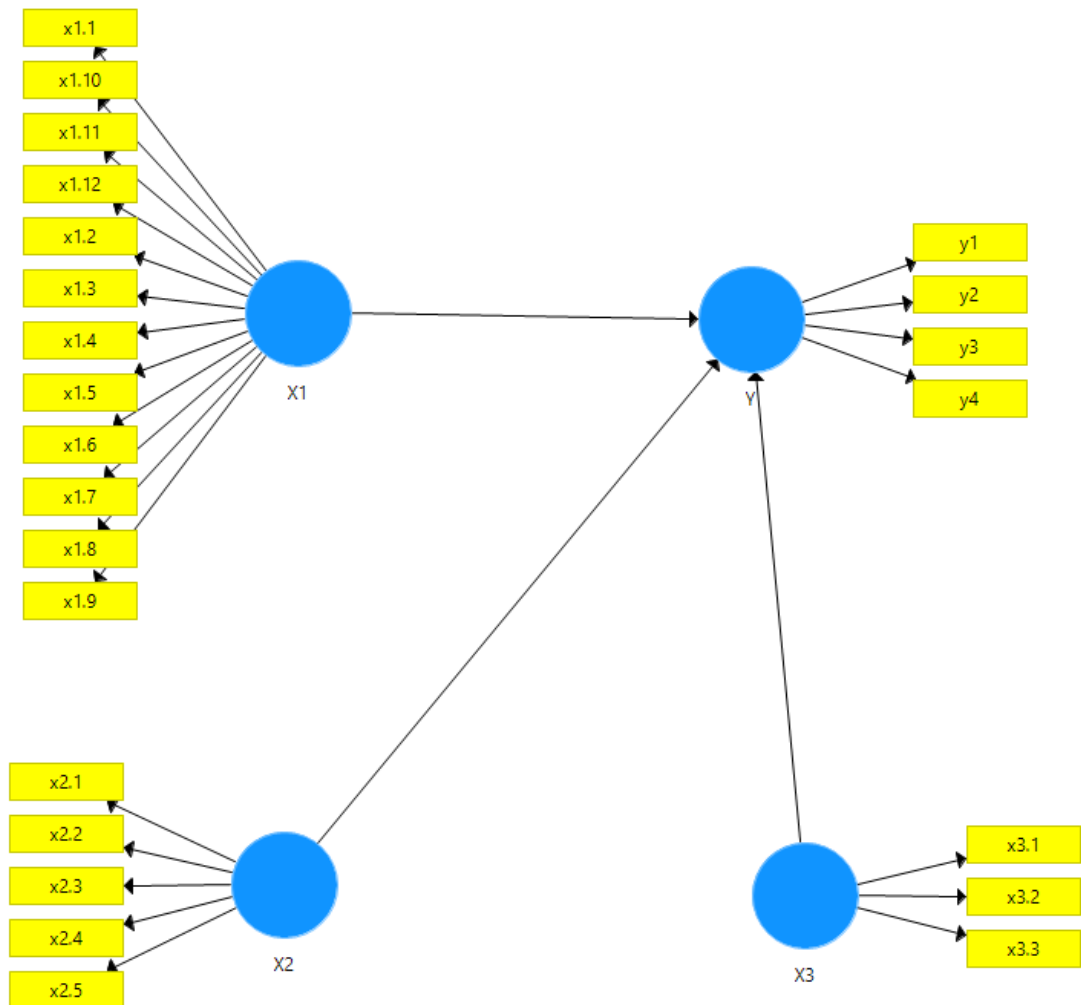
#### 4. *Visit Intention (Y)*

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	5

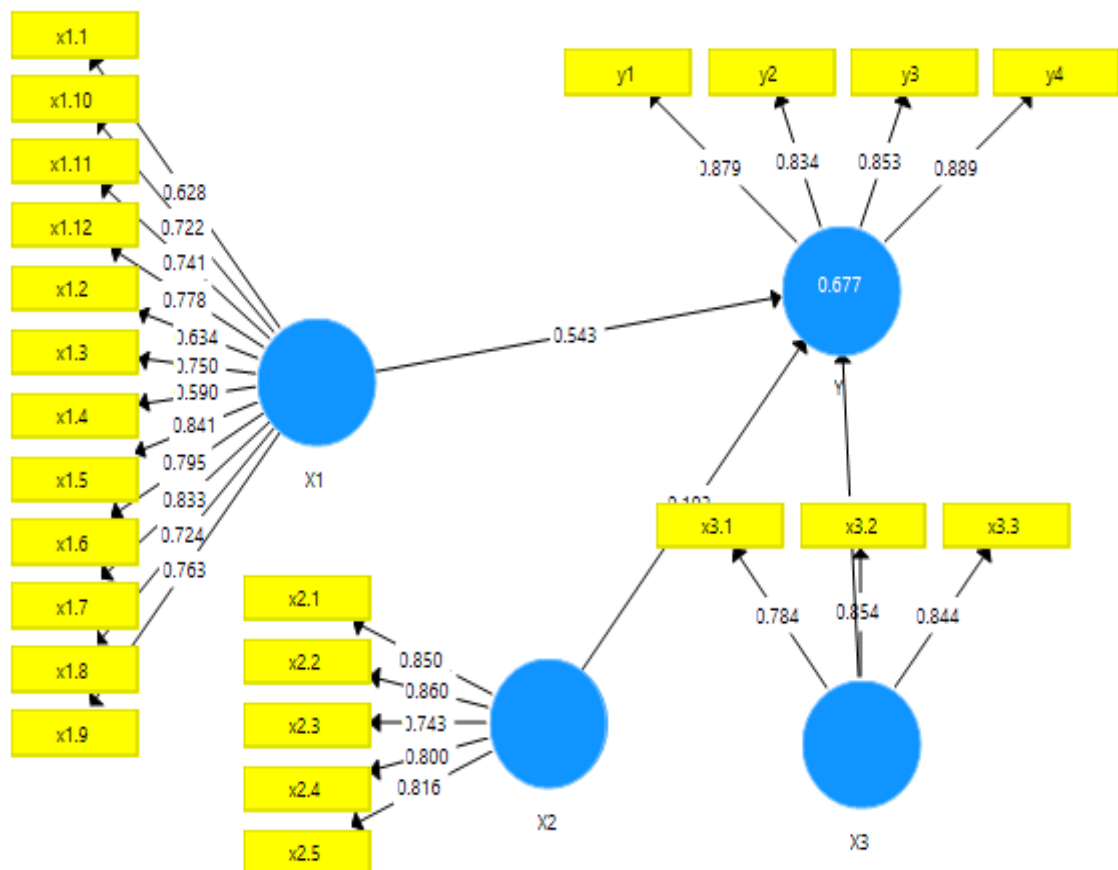
## Lampiran 7

### Model Konseptual Penelitian Melalui Smart PLS



## Lampiran 8

### Outer Model Melalui Smart PLS



## Lampiran 9

### Hasil Uji Outer Model Melalui Smart PLS

#### 1. Outer Loading

	X1	X2	X3	Y
x1.1	<b>0,628</b>			
x1.10	<b>0,722</b>			
x1.11	<b>0,741</b>			
x1.12	<b>0,778</b>			
x1.2	<b>0,634</b>			
x1.3	<b>0,750</b>			
x1.4	<b>0,590</b>			
x1.5	<b>0,841</b>			
x1.6	<b>0,795</b>			
x1.7	<b>0,833</b>			
x1.8	<b>0,724</b>			
x1.9	<b>0,763</b>			
x2.1		<b>0,850</b>		
x2.2		<b>0,860</b>		
x2.3		<b>0,743</b>		
x2.4		<b>0,800</b>		
x2.5		<b>0,816</b>		
x3.1			<b>0,784</b>	
x3.2			<b>0,854</b>	
x3.3			<b>0,844</b>	
y1				<b>0,879</b>
y2				<b>0,834</b>
y3				<b>0,853</b>
y4				<b>0,889</b>



## 2. Cross Loading

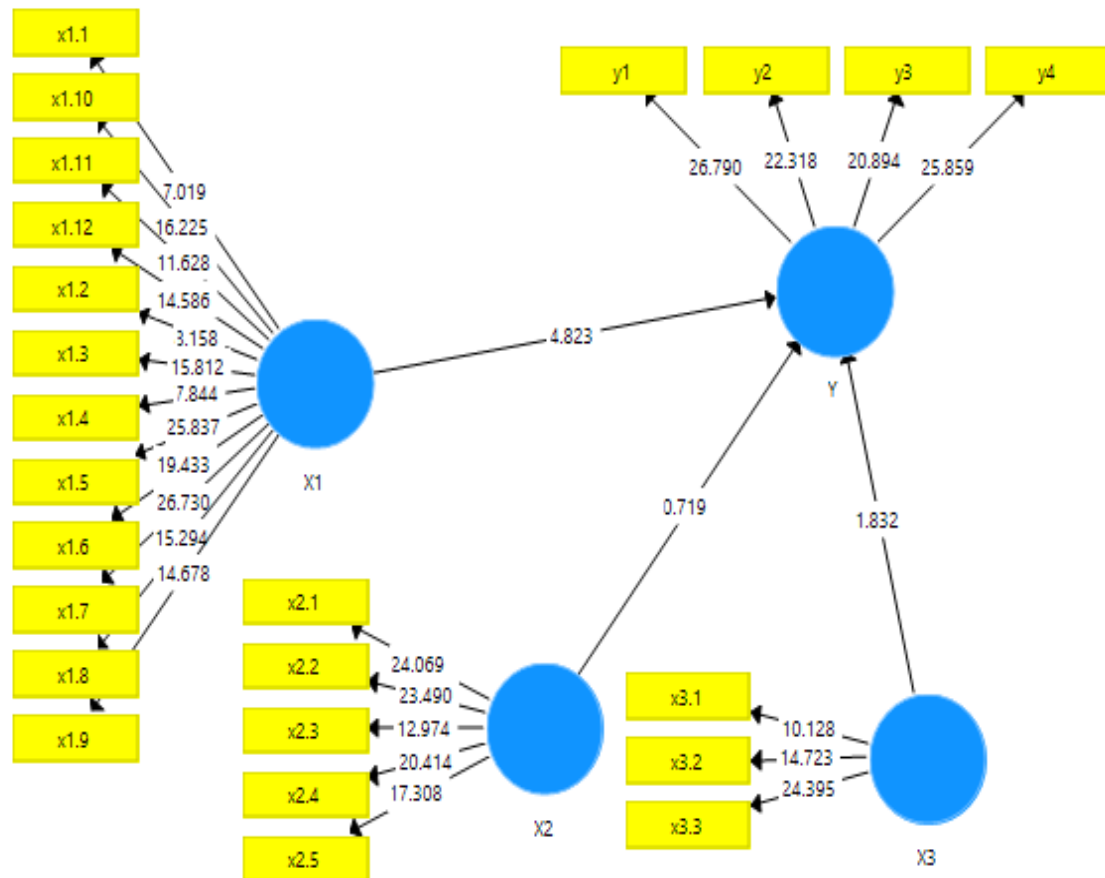
	X1	X2	X3	Y
x1.1	0,628	0,459	0,539	0,511
x1.10	0,722	0,541	0,390	0,543
x1.11	0,741	0,661	0,655	0,608
x1.12	0,778	0,583	0,643	0,694
x1.2	0,634	0,565	0,498	0,486
x1.3	0,750	0,590	0,500	0,636
x1.4	0,590	0,501	0,490	0,458
x1.5	0,841	0,581	0,506	0,666
x1.6	0,795	0,543	0,419	0,600
x1.7	0,833	0,566	0,488	0,674
x1.8	0,724	0,438	0,341	0,476
x1.9	0,763	0,541	0,410	0,568
x2.1	0,678	0,850	0,553	0,605
x2.2	0,534	0,860	0,519	0,520
x2.3	0,571	0,743	0,416	0,481
x2.4	0,617	0,800	0,554	0,504
x2.5	0,621	0,816	0,656	0,632
x3.1	0,603	0,611	0,784	0,530
x3.2	0,524	0,517	0,854	0,567
x3.3	0,538	0,542	0,844	0,611
y1	0,713	0,644	0,662	0,879
y2	0,710	0,555	0,528	0,834
y3	0,615	0,531	0,562	0,853
y4	0,692	0,611	0,622	0,889

## 3. Discriminant Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0,922	0,929	0,934	0,543
X2	0,873	0,881	0,908	0,664
X3	0,771	0,775	0,868	0,686
Y	0,887	0,890	0,922	0,747

## Lampiran 10

### Inner Model Melalui Smart PLS



## Lampiran 11

### Hasil Uji Inner Model Melalui Smart PLS

#### 1. Uji Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<b>X1 - &gt; Y</b>	0,543	0,550	0,113	4,823	<b>0,000</b>
<b>X2 - &gt; Y</b>	0,103	0,103	0,143	0,719	<b>0,236</b>
<b>X3 - &gt; Y</b>	0,258	0,251	0,141	1,832	<b>0,034</b>

# LAMPIRAN