

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 01 November 2021

Siti Amalia Hasanah  
NIM. 171410136

## ABSTRAK

**Nama: Siti Amalia Hasanah, Nim: 171410136, Judul skripsi: Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Kunjung Konsumen pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Konsumen Wisata Kuliner Pasar Lama Kota Tangerang).**

Penelitian ini dilakukan di Wisata Kuliner Pasar Lama Kota Tangerang untuk mengetahui apakah variabel *Electronic word of mouth* dan tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap variabel minat kunjung konsumen pada masa pandemi covid-19. Variabel yang diteliti yaitu *electronic word of mouth* (X1), tingkat kepercayaan (X2) dan minat kunjung konsumen (Y).

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : 1).Bagaimana pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap minat kunjung konsumen?. 2).Bagaimana pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap minat kunjung konsumen?. 3).Bagaimana pengaruh antara *Electronic Word Of Mouth* dan Tingkat Kepercayaan terhadap Minat Kunjung Konsumen?.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu : 1).Untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap minat kunjung konsumen di wisata kuliner Pasar Lama Kota Tangerang. 2).Untuk mengetahui pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap minat kunjung konsumen di wisata kuliner Pasar Lama Kota Tangerang. 3).Untuk mengetahui pengaruh antara *Electronic Word Of Mouth* dan Tingkat Kepercayaan terhadap minat kunjung konsumen di wisata kuliner Pasar Lama Kota Tangerang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode analisis regresi linier berganda (*multiple regression*). Adapun alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah program SPSS 26.0 (*statistical product and serve solution*).

Kesimpulan pengujian hipotesis Variabel (X1) diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,861 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1.661. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $1,861 > 1.661$ ) dan nilai signifikansinya lebih dari 0,05 ( $0,066 > 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel (X1) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap (Y). Diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,281 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,661, nilai signifikansinya ( $0,000 < 0,05$ ), karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $7,281 > 1,661$ ) maka variabel X2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 66,459 dan nilai signifikan sebesar 0,000 dan diperoleh nilai  $f_{tabel}$  sebesar 3,09. Hasil tersebut menunjukkan bahwa  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $66,459 > 3,09$ ) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) yang berarti terdapat pengaruh secara signifikan antara *E-WOM* (X1) dan Tingkat Kepercayaan secara simultan terhadap Minat Kunjung (Y).

**Kata Kunci :** *Electronic Word of Mouth, E-WOM, Tingkat Kepercayaan, dan Minat Kunjung Konsumen*



## PERSETUJUAN

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN TINGKAT  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT KUNJUNG KONSUMEN  
PADA MASA PANDEMI COVID-19  
(STUDI KASUS KONSUMEN WISATA KULINER PASAR  
LAMA KOTA TANGERANG)**

Oleh:

**SITI AMALIA HASANAH**  
**NIM. 171410136**

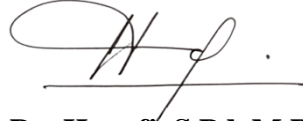
Menyetujui,

Pembimbing I,



**Dr. Wazin, M.Si.**  
**NIP. 196302251990031005**

Pembimbing II,



**Dr. Hanafi, S.Pd, M.Pd.**  
**NIP. 197112041999031002**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M. Si.**  
**NIP. 196402121991032003**

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Hj. Mukhlisotul Jannah, M. M, M. Ak.**  
**NIP. 197408222005012003**

## PENGESAHAN

Skripsi a.n. **Siti Amalia Hasanah**, NIM: **171410136** yang berjudul: **“Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Tingkat Kepercayaan terhadap Minat Kunjung Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Konsumen Wisata Kuliner Pasar Lama Kota Tangerang)”**, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, pada tanggal 29 Desember 2021.

Skripsi ini telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 29 Desember 2021

Sidang Munaqosyah,

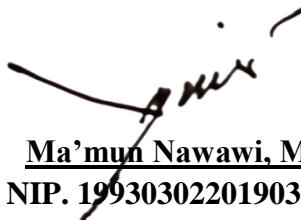
Ketua Merangkap Anggota



**Dr. Wazin, M.Si.**

**NIP. 196302251990031005**

Sekretaris Merangkap Anggota



**Ma'mun Nawawi, M.E.**

**NIP. 196303022019031009**

Anggota,

Penguji I



**Aan Ansori, M.Kom., M.M.**

**NIP. 197310152007011027**

Penguji II



**Yani Aguspriyani, M.E.**

**NIP. 198908222019032009**

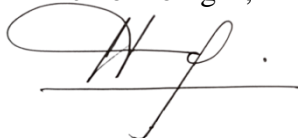
Pembimbing I,



**Dr. Wazin, M.Si.**

**NIP. 196302251990031005**

Pembimbing II,



**Dr. Hanafi, S.Pd, M.Pd.**

**NIP. 197112041999031002**

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran untukku dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta baginda Nabi Muhammad SAW yang menjadi panutan bagi hamba dalam mengaplikasikan kehidupan sehari-hari.

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang-orang yang kusayangi. Terimakasih yang teramat dalam kepada Bapak Mohamad Sobri, Ibu Tercinta Uci Feriyantini dengan penuh kasih sayang. Terimakasih atas segala do'a, kasih sayang dan motivasi yang telah yang diberikan kepada anakmu ini, terimakasih atas segala nasehat yang kau berikan tanpa lelah, menjadikan semangat dan inspirasi untuk hidupku sehingga aku dapat menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

## MOTTO

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ  
رِزْقِهِ ۗ

وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

*"(Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kalian) mudah untuk dipakai berjalan di atas permukaannya (maka berjalanlah di segala penjurunya) pada semua arahnya (dan makanlah sebagian dari rezekinya) yang sengaja diciptakan buat kalian. (Dan hanya kepada-Nya lah kalian dibangkitkan) dari kubur untuk mendapatkan pembalasan."*

*(QS. Al-Mulk 67: Ayat 15)*

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis yang bernama Siti Amalia Hasanah yang lahir di Tangerang pada tanggal 08 Juni 1999. Penulis merupakan putri ketiga dari empat bersaudara, Bapak tercinta bernama Mohamad Sobri dan Ibu tercinta bernama Uci Feriyantini. Penulis tinggal bersama orang tua yang bertempat tinggal di Jl. Galunggung Blok B10 No.93 RT/RW 06/009 Perumahan Taman Kutabumi, Kecamatan. Pasar Kemis, Kabupaten. Tangerang, Banten.

Pendidikan yang telah ditempuh TK Al – Kamal, lulus pada tahun 2005, kemudian dilanjutkan ke SDN Periuk 2 Kota Tangerang, lulus pada tahun 2011, lalu dilanjutkan ke SMPN 12 Kota Tangerang, lulus pada tahun 2014, selanjutnya dilanjutkan di MA Mathla’ul Huda Pandeglang, dan lulus pada tahun 2017, dan melanjutkan pendidikan pada UIN Sultan Hasanuddin Banten, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam organisasi internal dan eksternal kampus. Di internal kampus penulis menjadi pengurus Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ekonomi Syariah pada tahun 2018-2019.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmaanirrahiim Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Segala Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya bagikita selaku kaum muslim masih diberikan nikmat sehat wal 'afiat. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang mana merupakan suri tauladan bagi kita selaku umatnya hingga akhir zaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT dan dengan usaha yang dijalankan dengan ikhlas dan sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Kunjung Konsumen pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Konsumen Wisata Kuliner Pasar Lama Kota Tangerang)”***

Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.Pd, Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk bergabung dan menimba ilmu di lingkungan UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mendorong penyelesaian studi dan skripsi penulis.

3. Ibu Hj. Mukhlishotul Jannah, M.M., M.Ak., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mendidik, mengarahkan dan memberikan persetujuan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
4. Bapak Dr. Wazin, M.Si., Sebagai dosen pembimbing I dan bapak Dr. Hanafi, S.Pd, M.Pd., sebagai dosen pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dan saran-saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen, staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sultan Hasanuddin Banten, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Novia Nurul Fajar dan Adam Abdul Aziz selaku kaka penulis, Muhammad Robie Al-Rasyied selaku adik penulis, serta keluarga besar bapak Alm Somawinata dan bapak Soekimin yang selalu berdo'a dengan tulus dan memberikan motivasi untuk keberhasilan penulis.
7. Sahabat-sahabat kuliah penulis Almh. Evin Febrianti, Mu'minah, Nidia, Diah Khairunisa, Nina Far'aini, Amelia Romadhon, dan Risma Aunisa, yang selalu ada untuk penulis dan selalu memberikan masukan, nasihat dan semangat kepada penulis. Terimakasih atas kebersamaan dan persahabatan sampai saat ini.
8. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017 khususnya anak-anak kelas D, terimakasih atas kebersamaan dan persahabatan yang dibangun selama ini.

9. Sahabat-sahabat CBS Import, Nurul Alviana, Dinda Anggraini, dan Ayu Azzahra, yang telah memberikan support, nasehat, dan dukungannya kepada penulis.
10. Teman-teman kostan H. Ali, Almh. Ipin, Mumun, Icut, Ucyup, Daos, Acan, Endan, dan Omat yang telah membantu proses selesainya skripsi ini.
11. Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang dan Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Banten yang telah memberikan bantuan berupa data.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya, dengan iringan terima kasih penulis memanjatkan do'a kehadirat Allah SWT, semoga segala bantuan yang telah diberikan akan mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya dari Allah SWT dan penulis berharap semoga Allah SWT membalasnya dengan pahala yang berlimpah. dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan para pembaca pada umumnya. Aamiin

**Wassalamu'alaikum wr. Wb**

Serang, 01 November 2021

Penulis,

**Siti Amalia Hasanah**  
NIM.171410136

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Batasan Masalah .....	11
D. Perumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian .....	12
F. Manfaat Penelitian .....	13
G. Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	17
1. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	17
a. Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	17
b. Perbedaan <i>WOM</i> dengan <i>e-WOM</i> .....	20

c. Dimensi <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	21
d. Pemasaran Menurut Islam .....	23
2. Tingkat Kepercayaan .....	26
a. Pengertian Tingkat Kepercayaan .....	26
b. Komponen Kepercayaan.....	27
3. Minat Kunjung ( <i>Visit Intention</i> ) .....	30
a. Pengertian Minat Kunjung .....	30
b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung .....	33
c. Aspek – aspek dalam Minat Kunjung .....	38
d. Indikator Minat Kunjung .....	39
B. Hubungan Antar Variabel .....	40
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Kunjung Konsumen Pada Masa Pandemic Covid-19.....	40
2. Pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap Minat Kunjung Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 .....	42
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	43
D. Kerangka Pemikiran .....	47
E. Hipotesis .....	48

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Metode Penelitian .....	51
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	52
C. Data dan Sumber Data .....	53
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	53
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	57
F. Teknik Analisis Data .....	61
G. Konsep Operasional Variable Penelitian .....	73

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	80
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	80
2. Subjek Penelitian (Responden) .....	82
B. Analisis Data .....	87
1. Hasil Uji Analisis Data .....	87
a. Uji Validitas .....	91
b. Uji Reliabilitas .....	94
2. Uji Asumsi Klasik .....	96
a. Uji Normalitas .....	97
b. Uji Multikolinieritas .....	98
c. Uji Heteroskedastisitas .....	99
3. Uji Hipotesis.....	101
a. Regresi Linier Berganda .....	101
b. Hasil Uji Parsial (Uji – T) .....	103
c. Hasil Uji Signifikasi Simultan (Uji – F).....	104
d. Hasil Koefisien Korelasi (R) .....	105
e. Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	108
C. Pembahasan hasil penelitian .....	107
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1) Terhadap Minat Kunjung .....	107
2. Pengaruh Tingkat Kepercayaan (X2) Terhadap Minat Kunjung .....	109
3. Pengaruh Secara Simultan antara <i>Electronic Word of         Mouth</i> dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Kunjung Konsumen pada Masa Pandemi Covid-19 di Wisata Kuliner Pasar Lama Kota Tangerang .....	110

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....96

B. Saran.....97

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Output Scatterplot).....	100
------------	---	-----



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Kunjungan Wisatawan 2021-2022 Kota Tangerang	03
Tabel 2.1	Kerangka Pemikiran .....	39
Tabel 3.1	<i>Skala Likert</i> .....	49
Tabel 3.2	Pedoman Uji Koefisien Korelasi .....	59
Tabel 3.3	Konsep Operasional Variable Penelitian .....	61
Tabel 4.1	Hasil Usia Responden .....	83
Tabel 4.2	Hasil Jenis Kelamin Responden.....	83
Tabel 4.3	Hasil Pendidikan Terahir Responden .....	84
Tabel 4.4	Hasil Pekerjaan Responden.....	86
Tabel 4.5	Penilaian Hasil Penelitian Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1), Tingkat Kepercayaan (X2), Minat Kunjung (Y).....	88
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	91
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Tingkat Kepercayaan .....	92
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Minat Kunjung .....	93
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	94
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepercayaan .....	95
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Variabel Minat Kunjung Konsumen .....	96
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas .....	97
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas .....	98
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	101
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	102
Tabel 4.16	Hasil Uji Parsial (Uji-T) .....	103
Tabel 4.17	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	105
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) .....	106
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	107