

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan sebuah kota atau wilayah dipengaruhi berbagai macam potensi, potensi dalam kemajuan suatu wilayah juga adanya dukung dari berbagai macam hal, utamanya pada tempat pariwisata yang menyuguhkan citra dari destinasi sebuah wilayah mendukung wisatawan berkunjung dan nantinya akan berakibat terdorongnya beberapa fasilitas yang diberikan oleh pemerintah kepada pelaku UMKM. Pemerintah saat ini mulai gencar dalam melakukan transformasi terhadap pengembangan sektor pariwisata demi meningkatkan perekonomian suatu negara. Berbagai macam persaingan suatu usaha semakin tinggi, maka semakin dituntut untuk mempertahankan dan menarik konsumen sebanyak-banyaknya dalam memenangkan sebuah persaingan.

Kota madiun merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Kota Madiun juga termasuk kedalam daerah yang melakukan pengembangan besar-besaran terhadap tempat pariwisata yang ada di wilayahnya, hal ini dikutip dari Kemenparekraf/Baparekraf Republik Indonesia pada tahun 2022. Kota Madiun mempunyai beberapa potensi yang sangat besar dalam sektor pariwisata

yang khususnya pada potensi kota yang ada. Pariwisata yang ada di Kota Madiun diantaranya seperti Perpustakaan Kota Madiun, Alun-Alun Kota Madiun, Monumen Mas Trip, Rawa Bening Edu Park, Pahlawan Street, dan Taman Bantaran Kota Madiun. Salah satu wisata yang saat ini yang tren yaitu Taman Rawa Bening Edu Park yang terletak di Jl. Jeruk No.2, Taman, Kec. Taman, Kota Madiun, Jawa Timur. Taman wisata ini ngrowo bening edu park merupakan taman aset PDAM, yang juga difungsikan sebagai Taman Edukasi di Kota Madiun. Di Tempat ini tersedia Pembibitan (Nursery) bagi Sejumlah Komoditas Sayur, dan Buah, seperti: Melon, Semangka, Terong, Timun, Cabai, hingga Budidaya Anggrek, yang mana pengunjung dapat memetik langsung saat panen tiba. Di Ngrowo Bening juga terdapat Pohon Trembesi yang telah berumur Puluhan Tahun. Taman Ini sangat cocok untuk pembelajaran bagi Para Anak Sekolah, terlebih terdapat Penamaan di Setiap Jenis Tanamannya. Pada Waktu tertentu difungsikan sebagai Tempat bagi Perkemahan Jum'at - Sabtu (Perjusa) maupun Satu - Minggu (Persami). Mengenai beberapa kegunaan tempat taman tersebut adanya beberapa keterkaitan antara fasilitas, lokasi, dan percakapan

dari mulut ke mulut seseorang dalam mengenal lebih luas terhadap Taman Ngrowo Bening Kota Madiun ini.

Mengenai hal tersebut dapat diketahui bahwa Kota Madiun beberapa dekade tahun ini sangat banyak dinobatkan berbagai macam keunggulan prestasi yang diraih, hal ini disampaikan oleh berita *Madiuntoday*. Tentu hal ini menjadi persoalan yang besar dari berbagai macam pemanfaatan wilayah yang kurang baik, yang kumuh, dan tidak terawat dikembangkan dan dilakukan pengelolaan dengan baik. Tetapi hal tersebut juga tidak bisa mendukung 100% akan berhasil, hal ini tentu adanya dukungan dari pembicaraan dari mulut ke mulut seseorang atau bisa disebut *E-WOM*. *E-WOM* diartikan juga *electronic word of mouth* bagian sebuah bentuk dialog yang membahas suatu produk dan jasa dengan orang lain, didalamnya dialog atau percakapan tersebut terdapat pesan yang ingin diutarakan berkenaan produk atau jasa yang telah dikonsumsinya (Fauji, 2018).

*E-WOM (Electronic Word Of Mouth)* adalah komunikasi pemasaran yang berbasis online melalui media sosial internet yang memiliki pesan berisi tentang pernyataan positif atau negatif yang dilakukan oleh konsumen potensial atau mantan konsumen (Anisa & Widjatmiko, 2020). Berdasarkan dari beberapa teori yang disampaikan oleh Mahendra (2021) *E-WOM (Electronic Word Of Mouth)* ialah metode marketing yang modern yang dapat berkontribusi pada pemasaran, komunikasi, dan media professional. Pesan dan konten yang

diterima konsumen lebih berharga dari pada pesan yang diterima dari pemasar, produsen, atau penjual pada saat melakukan keputusan pembelian. Informasi atau pengalaman yang didapatkan berupa hal yang positif maupun negatif, sehingga berdampak pada citra merek yang akan perusahaan dapatkan, sebuah citra merek yang baik maka penjualan sebuah produk akan mempengaruhi keberhasilan sebuah perusahaan atau destinasi wisata. Pada Taman Wisata Ngrowo Bening Kota Madiun terdapat beberapa kekurangan atau hambatan



yang bisa dikatakan dapat mengurangi minat kunjungan seseorang dalam mengunjungi taman wisata Ngrowo Bening Kota Madiun. Mengenai hal ini sebuah kunjungan yang di pengaruhi oleh *E-WOM (Electronic Word Of Mouth)* menggunakan media sosial Instagram dan Facebook dari konten yang disampaikan oleh Madiuntoday, hal ini dapat disampaikan bahwa pemasaran melalui media sosial sangat memiliki dampak yang cukup mempengaruhi keputusan berkunjung ke Taman Wisata Ngrowo Bening Edu Park, hal ini dapat ditunjukkan dari gambar berikut:

**Gambar 1. 1 Pemasaran menggunakan E-WOM (Electronic Word Of Mouth)**

Sumber: Instagram dan Facebook Madiuntoday

Berdasarkan dari gambar pemasaran terhadap media sosial Instagram dan facebook memiliki berbagai macam nilai integritasnya yang dalam pemanfaatan penggunaan media sosial dalam mempengaruhi kunjungan berwisata di taman wisata Ngrowo Bening Edu Park. Tidak hanya itu saja perihal pemasaran E-WOM /pemasaran secara digital juga meliputi berbagai macam media sosial seperti youtube. Hal ini dapat dibuktikan bahwa beberapa orang melakukan pemasaran media sosial dapat ditunjukkan mengenai konten suasana pemandangan alam di taman wisata Ngrowo Bening Edu Park, dapat ditunjukkan sebagai berikut:



**Gambar 1. 2 Pemasaran menggunakan E-WOM (Electronic Word Of Mouth)**

Sumber: Youtube Chanel dari GUS TRAN

Berdasarkan dari beberapa konten yang dilakukan oleh beberapa orang untuk mengenalkan dari lokasi wisata taman Ngrowo Bening ini memiliki berbagai macam cara, namun dalam pemanfaatan media sosial alangkah baiknya bertujuan untuk memberikan edukasi dan wawasan yang mendidik kepada semua orang. Ada beberapa problem dalam terkait fenomena yang ada dalam objek tersebut adanya beberapa akses akses jalan serta fasilitas yang sudah berumur kurang adanya perawatan. Seperti akses jalan untuk jogging track dipinggir serta akses irigasi yang tersumbat menimbulkan banyak kumuh serta jalan yang berlumut yang dapat membahayakan keselamatan pengunjung. Hal ini sangat jelas terlintas pada saat beberapa konten yang tersebar di media sosial ada beberapa tempat yang kurang layak atau tidak diperhatikan dalam perawatan dalam pemanfaatan objek wisata dan objek yang lain utamanya pada Taman Ngrowo Bening dilakukan pengkajian terhadap kegunaan dan fasilitasnya sudah dilakukan observasi lanjut dan hasilnya dapat digunakan berbagai macam hal untuk pembelajaran anak sekolah, sarana rekreasi, perkemahan, dan masih banyak hal lainnya. Mengenai kegunaan tersebut seseorang pastinya melakukan pembicaraan lanjut yang disebarkan dari mulut seseorang yang nantinya mempengaruhinya untuk berkunjung kesana.

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Qustolani & Hernita (2020) hasil penelitian ini menyatakan bahwa *E-WOM (Electronic Word Of Mouth)* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Tjolomadoe & Aryati (2019) menunjukkan bahwa *E-WOM*

*(Electronic Word Of Mouth)* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmansyah, Kusnadi (2022) menyatakan bahwa *E-WOM (Electronic Word Of Mouth)* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini tentu tidak hanya itu saja penelitian menurut Romadhoni et al (2021) menyatakan bahwa *E-WOM (Electronic Word Of Mouth)* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Lokasi dalam penempatan Taman Wisata Ngrowo Bening Edu Park kali ini cukuplah strategis sekali. Lokasi dapat diartikan bahwa dalam penelitian menurut Kasmir (2006) lokasi merupakan sebuah tempat untuk melayani sebuah konsumen dan lokasi dapat diartikan sebagai sebuah tempat untuk memajangkan barang dagangannya kepada konsumen. Berdasarkan penelitian yang sebelumnya teori menurut (Putri, 2018) lokasi adalah tempat atau berdirinya perusahaan atau tempat usaha sebagai aspek penting dari strategi saluran, lokasi yang bagus memudahkan akses ke toko, menarik banyak konsumen, dan dapat mengubah pola belanja masyarakat. Menurut teori yang disampaikan oleh (Azizah, 2022) lokasi merupakan tempat usaha atau aktivitas usaha dilakukan dalam suatu bisnis yang terletak di keramaian dan mudah dijangkau oleh konsumen menjadi

salah satu strategi yang dilakukan pelaku bisnis sebelum menjalankan bisnisnya. Mengenai hal ini dapat di tunjukan bahwa dalam penempatan lokasi yang strategis dapat menentukan peningkatan pengunjung dalam setiap bulannya pada taman wisata Ngrowo Bening Edu Park sebagai berikut dapat dilihat pada tabel tersebut:

**Tabel 1. 1 Data Pengunjung Pada Tahun 2023**

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
1.	Januari 2023	32.121
2.	Februari 2023	22.123
3.	Maret 2023	18.215
4.	April 2023	23.223
5.	Mei 2023	16.223
7.	Juni 2023	22.234
8.	Juli 2023	17.112
9.	Agustus 2023	15.021
1	September	25.232



0	2023	
1	November	
1	2023	17.291
1	Desember	
2	2023	35.230
<b>Total</b>		<b>244.025</b>

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Madiun (2023)

Dari beberapa persepsi yang telah diuraikan dalam penataan lokasi dan fasilitas juga sebagai penentu dalam kunjungan destinasi wisata di Kota Madiun, sejalan dengan destinasi di Taman Ngrowo Bening Edu Park yang telah diatur oleh Pemerintah Kota bertujuan sebagai peningkatan ekonomi masyarakat yang memiliki suatu usaha UMKM, hal itu akan mendasari dari peningkatan perekonomian suatu daerah dalam upaya peningkatan perekonomian. Fenomena dalam lokasi Taman Wisata Ngrowo Bening Edu Park kali memiliki salah satunya kelebihan terhadap lahan tempat parkir yang luas, tempat dekat dengan pusat kota, dan aspek jangkauan sangat mudah dengan akses jalan yang lebar tanpa ada beberapa gangguan apapun, dan didalam tempat lokasi wisata tersebut ada beberapa pihak sebagai pengelola untuk

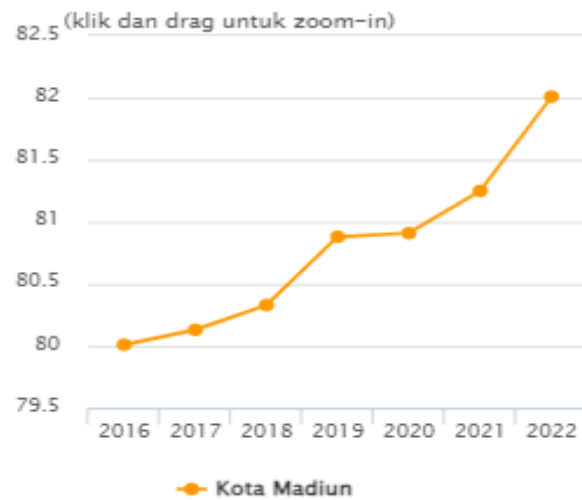
sarana tempat parkir untuk memudahkan pengunjung jika ingin berkunjung disana untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan karena sudah ada penjaga parkir yang mampu memberikan pelayanan atas penataan dan penjagaan kendaraan pengunjung.

Mengenai hal itu berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Qustolani & Hernita (2020) menyatakan bahwa pada penelitian ini lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Mahpudin (2021) memberikan pernyataan dalam penelitian ini bahwa lokasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Widayati & Widiastuti (2022) menyatakan bahwa penelitian ini memberikan hasil lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Tentu tidak hanya itu saja penelitian menurut Siswantanang, p. et al (2022) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Fasilitas dapat diartikan menurut teori yang disampaikan oleh Ibnu Sina (2018) menyatakan bahwa fasilitas adalah sumber daya tarik fisik yang harus ada

sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Menurut teori yang disampaikan oleh peneliti sebelumnya Audini (2020) fasilitas merupakan sebagai penyedia perangkat fisik untuk mementingkan kemudahan bagi konsumen saat melangsungkan kesibukan agar minat konsumen dapat tersalurkan. Berdasarkan teori yang disampaikan sebelumnya menurut Hartini (2017) fasilitas juga dapat diartikan sebagai penyediaan fasilitas berbentuk fisik dimana dapat menunjang serta memberikan keringanan para konsumen dalam menjalankan kegiatan dan segala aktivitasnya.

Fenomena terkait fasilitas yang ada dan disediakan oleh pihak setempat pengelola taman wisata Ngrowo Bening Edu Park yang memanfaatkan lahan kosong banyak di sediakan gazebo, juga taman bercocok tanam serta jalan akses bersepeda, akses untuk jalan kaki, dan edukasi wahana taman burung. Pada saat kunjungan Ngrowo Bening Edu Park pengunjung dengan mudah menemukan para UMKM makanan dan minuman diarea yang telah disediakan. Hal ini nantinya akan memberikan dampak terhadap naiknya sebuah presentase data kunjungan dapat ditunjukkan sebagai berikut:



**Gambar 1. 3 Data Pertumbuhan Pengunjung Pariwisata Taman Di Madiun termasuk Taman Rawa Bening Edu Park**

Berdasarkan tempat wisata tersebut hasil berita dari sumber *sleman.inews.id*. Taman Ngrowo Bening Edu Park lambat laun mengalami peningkatan dari awal pembukaan Taman Rawa Bening Edu Park ini masih belum banyak orang

belum mengenal, hingga saat ini Taman Ngrowo Bening Edu Park menjadi kunjungan destinasi yang dimanfaatkan untuk sarana rekreasi, edukasi anak, tempat berdiskusi, dan menjadi spot santai tenang pikiran karena memang sangat cocok sekali dengan suasana alami dan segar. Namun ada beberapa permasalahan yang ada didalam Taman Ngrowo Bening Edu Park yang masih kurang terawat dalam fasilitas yang ada bahkan ada beberapa tempat yang seharusnya diberikan perawatan malah mangkrak dan kurangnya perawatan beberapa sarana dan prasarana yang ada di Taman Ngrowo Bening Edu Par, hal ini menjadikan turunnya minat konsumen datang kembali dalam kunjungan seseorang untuk berkunjung di tempat tersebut. Salah satunya ada beberapa lokasi seperti adanya kamar mandi yang mangkrak, gazebo yang kurang perawatan, saluran irigasi yang tersumbat, serta banyak genangan air dimana-mana padahal hal tersebut harus dijaga agar pengunjung tidak mengalami kekecewaan berkunjung di Taman Ngrowo Bening Edu Park.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dauly (2020) memberikan pernyataan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan

oleh Dewi et al (2020) mengenai hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah et al (2022) menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Tidak hanya itu saja penelitian menurut Nurcomariyah & Liliyan (2023) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Citra destinasi menurut teori yang disampaikan oleh Rizal et al, (2016) menyatakan bahwa citra destinasi merupakan suatu tempat atau wilayah yang tidak selalu identik dengan wilayah administratif, tetapi lebih mengarah pada konstruk mental, bersifat dinamik, sesuai dengan hubungan antara masyarakat dengan lingkungan yang membentuk tempat tersebut dan terbentuk karena karakteristik spesial, temporal, dan sosio kultural, serta memiliki nama dan makna, sehingga memiliki citra tertentu. Berdasarkan dari teori yang disampaikan tersebut dapat diketahui bahwa pada citra destinasi di wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park kali ini memiliki ciri khas yang sangat unik sekali seperti wilayahnya yang cukup asri banyak

pepohonan besar yang sangat rindang. Hal ini dalam sebuah objek penelitian pada taman wisata Ngrowo Bening Edu Park apabila dapat mempertahankan performa pada citra destinasi pada objek penelitian ini dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 1. 2 Data Kunjungan Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park**

<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
1	2021	120.453
2	2022	182.032
3	2023	244.025

Sumber: Koranmemo.Com

Mengenai hasil data yang tersebut pada dekade tahun 2023 dapat dijelaskan bahwa peningkatan signifikan dari bulan ke bulan sangatlah melonjak cukup tinggi, hal ini didasari dengan daya tarik wisata dan berbagai macam tata kelola Kota Madiun yang bagus menjadikan daya tarik tersendiri masyarakat luar untuk berkunjung di Kota Madiun seperti salah satu objek Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park. Fenomena dalam penelitian kali ini adanya beberapa

persoalan yang bisa dikatakan cukup signifikan diantaranya pada beberapa destinasi yang memberikan penata kelolaan yang kurang sesuai, ada beberapa hal yang menjadi permasalahan seperti pada umumnya citra merupakan sebuah ciri khas yang bisa dijadikan patokan dalam lokasi atau wilayah. Pada citra sebuah lokasi taman wisata Ngrowo Bening Edu Park ini masih ada kendala pada kurangnya perawatan terhadap destinasi pepohonan dan hijaunya sebuah lokasi tersebut karena dari citra pada objek wisata tersebut adalah sebuah tempat yang sejuk, rindang, serta banyak pohon besar namun ada beberapa tempat yang cukup kering kurangnya perawatan oleh jasa pengelola.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan memiliki kesamaan dalam pengujian dari hasil penelitian menurut Sodik et al (2019) menyatakan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang disampaikan oleh Illah et al (2019) menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang disampaikan oleh Nafis (2020) menyatakan hasil bahwa citra destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Mengenai hal tersebut tidak



hanya penelitian itu saja menurut penelitian yang disampaikan oleh Aldianto et al (2023) menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kajian ulang, dalam penelitian ini gap research penelitian ini membutuhkan beberapa variabel yang memberikan faktor pendukung seperti variabel yang bisa menengahi adanya gab research. Penelitian ini dapat memberikan pengambilan sebuah variabel citra destinasi sebagai variabel mediasi dari *electronic word of mouth (E-Wom)*, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung. Keputusan berkunjung dapat mempengaruhi sebuah citra destinasi dan bahkan bisa sebaliknya citra destinasi dapat mempengaruhi keputusan berkunjung (Sodik et al., 2019)

Keputusan berkunjung merupakan suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Hapsara & Ahmadi, 2022). Menurut Sumarwan (2011) menyatakan keputusan merupakan suatu

tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Semua aspek dari afeksi dan kognisi terlibat dalam pembuatan keputusan. Proses kunci didalam pembuatan keputusan konsumen ialah proses integrasi yang mana pengetahuan dikombinasikan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif perilaku kemudian memilih satu.

Menurut Ajzen (1980) Teori planned behavior (TPB) adalah sumber awal bagi theory of reasoned action (teori tindakan beralasan) untuk memprediksi intensi perilaku seseorang pada waktu dan tempat yang spesifik. Asumsi teori ini bertujuan untuk menjelaskan keseluruhan perilaku dimana orang tersebut mempunyai kemampuan untuk menggunakan pengendalian dirinya. Komponen kunci daripada model ini adalah maksud dari perilaku dan maksud dari perilaku tersebut dipengaruhi oleh sikap dimana kecenderungan perilaku diharapkan akan mempunyai keluaran perilaku tersebut dan evaluasi subjektif terhadap risiko dan manfaat yang timbul dari perilaku yang dihasilkan (Yusri, 2020). TPB menyatakan bahwa kombinasi dari sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku persepsian mengarah pada pembentukan niat perilaku (*behavioral intention*) dan

selanjutnya membentuk perilaku (*behavior*) (Kharisma & Putri, 2020).

Berdasarkan dari penelitian terdahulu mengemukakan adanya pengaruh keputusan seseorang berkunjung dengan metode *Theory of Planned Behavior* (TPB), diantaranya penelitian menurut Kharisma & Putri (2020) yang menyatakan bahwa Menurut TPB, penentu perilaku yang paling langsung adalah niat seseorang terhadap perilaku. Semakin kuat niat seseorang, semakin banyak orang tersebut diharapkan termotivasi pada kinerja (non- kinerja) perilaku. Hal ini menjadi bukti bahwa adanya Pengaruh keputusan berkunjung Taman Wisata Ngrowo Bening Edu Park Kota Madiun memiliki respon positif terhadap suatu tempat destinasi wisata.

Keputusan berkunjung nantinya dapat berpengaruh terhadap citra destinasi wisata pada Taman Ngrowo Bening Edu Park Madiun. Dengan adanya beberapa anggapan perspektif terhadap berbagai macam unggahan media sosial terkait E-WOM untuk dapat mempromosikan dan menyebarluaskan terhadap calon wisatawan yang ingin berkunjung, dalam prospek perawatan lokasi fasilitas ada

nantinya adanya pembenahan terkait fasilitas yang kurang baik untuk dapat meningkatkan keputusan berkunjung seseorang dalam berbagai macam aktifitas di Taman Wisata Ngrowo Bening Edu Park. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian yang **berjudul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Dimediasi Citra Destinasi Taman Wisata Ngrowo Bening EduPark Kota Madiun”**

#### **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan penelitian ini agar tidak menyimpang dari pokok bahasan sektor pariwisata yang cukup kompleks tersebut, maka penelitian ini difokuskan dan dibatasi pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada pengunjung objek wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park.
2. Pembahasan penelitian ini mencakup dari *electronic word of mouth (e-wom)*, lokasi, dan fasilitas sebagai variabel bebas, keputusan berkunjung sebagai variabel terikat, dan cira destinasi sebagai variabel intervening.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *E-Word Of Mouth (E-WOM)* terhadap citra destinasi di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap citra destinasi di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap citra destinasi di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park?
4. Bagaimana pengaruh *E-Word Of Mouth (E-WOM)* terhadap keputusan berkunjung di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park?
5. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park?
6. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park?
7. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park?
8. Bagaimana pengaruh *E-Word Of Mouth (E-WOM)* terhadap keputusan berkunjung melalui citra destinasi di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park?

9. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung melalui citra destinasi di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park?
10. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung melalui citra destinasi di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Mengenai hasil rumusan masalah diatas, dapat ditunjukkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh *E-Word Of Mouth (E-WOM)* terhadap citra destinasi di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park.
2. Untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh lokasi terhadap citra destinasi di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park.
3. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh fasilitas terhadap citra destinasi di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park.
4. Untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh *E-Word Of Mouth (E-WOM)* terhadap keputusan berkunjung di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park.
5. Untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park.
6. Untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park.

7. Untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park.
8. Untuk memberikan bukti empiris terkait *E-Word Of Mouth (E-WOM)* terhadap keputusan berkunjung melalui citra destinasi di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park.
9. Untuk memberikan bukti empiris terkait lokasi terhadap keputusan berkunjung melalui citra destinasi di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park.
10. Untuk memberikan bukti empiris terkait fasilitas terhadap keputusan berkunjung melalui citra destinasi di Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari studi empiris terkait penelitian ini dilakukan, hal ini diharapkan dapat memberikan peluang manfaat sebagai berikut:

##### **1. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembelajaran dalam memberikan ilmu teori atau metode yang dipelajari dibangku perkuliahan dalam mengatasi sebuah permasalahan tentang *E-Word Of Mouth (E-*

WOM), lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung melalui citra destinasi.

## 2. Bagi Pihak Objek Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah informasi dan pemecahan sebuah permasalahan yang ada dalam objek wisata berkaitan dengan keputusan berkunjung yang dilakukan pengunjung dengan melihat beberapa faktor dalam mempengaruhi keputusan berkunjung di objek wisata tersebut.

### a. Bagi Pembaca

Berdasarkan dari penelitian ini dapat menjadi bentuk referensi bagi peneliti lainnya untuk dapat melakukan penelitian di masa yang akan datang.

### b. Bagi Akademik

Penelitian ini digunakan sebagai bentuk referensi dalam memberikan kontribusi kedepannya dalam penelitian yang luas dan digunakan sebagai acuan penelitian.

### c. Bagi Pihak Lain

Mengenai hasil penelitian ini nantinya dapat membantu menambah ilmu pengetahuan dalam hal



bidang bisnis dan manajemen dengan permasalahan terkait dengan meneliti citra destinasi memediasi *E-Word Of Mouth (E-WOM)*, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung.