

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *E-WOM*, *DESTINATION BRANDING*  
DAN *GREEN MARKETING* TERHADAP *VISIT INTENTION* DESA  
WISATA**

**THANIA SANIQUE NANDIKA**

**1705618073**



**Skripsi ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan Mendapatkan Gelar  
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2022**

***THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, E-WOM, DESTINATION  
BRANDING, AND GREEN MARKETING TOWARDS TOURIST VILLAGE 'S  
VISIT INTENTION***

**THANIA SANIQUE NANDIKA**

**1705618073**



*Mencerdaskan dan  
This Thesis is Written as One of the Requirements for Getting Bachelor's Degree  
of Management on Faculty of Economics State Univeristy of Jakarta  
Memartabatkan Bangsa*

**BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2022**

## ABSTRAK

**Thania Sanique Nandika, 2022: Pengaruh *Digital Marketing*, e-WOM, *Destination Branding* dan *Green Marketing* terhadap *Visit Intention* Desa Wisata. Skripsi, Jakarta : Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing : Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D & Ika Febrilia, SE, M.M.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Digital Marketing* terhadap *Visit Intention*, pengaruh e-WOM terhadap *Visit Intention*, pengaruh *Destination Branding* terhadap *Visit Intention*, dan pengaruh *Green Marketing* terhadap *Visit Intention* Desa Wisata. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan instrumen berupa kuesioner. Jumlah responden pada penelitian ini adalah sebanyak 238 orang. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS Versi 25.0 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari LISREL. Dari empat hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini semuanya menunjukkan hasil yang signifikan.

Kata Kunci: *Destination Branding*, Desa Wisata Malasari, *Digital Marketing*, e-WOM, *Green Marketing*, *Visit Intention*,

*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

## ABSTRACT

***Thania Sanique Nandika, 2022: The Influence of Digital Marketing, e-WOM, Destination Branding, and Green Marketing towards Tourist Vilalage's Visit Intention. Thesis, Jakarta: Management S1 Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, Supervisor Team: Andi Muhammad Sadat, SE., M.Sc., Ph.D. & Ika Febrilia, SE, M.M.***

*This study aims to determine the effect of Digital Marketing on Visit Intention, the effect of e-WOM on Visit Intention, the effect of Destination Branding on Visit Intention, and the effect of Green Marketing on Visit Intention to Malasari Tourist Village, Bogor. The data collection method used is a survey method with an instrument in the form of a questionnaire. The research sample collected amounted to 238 respondents. Software used in data analysis is SPSS Version 25.0. and SEM (Structural Equation Model) from LISREL. Of the four hypotheses proposed in this study, all show significant results*

*Keywords: Destination Branding, Digital Marketing, e-WOM, Green Marketing, Malasari Tourist Village, Visit Intention*

*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti haturkan kepada Allah SWT, Tuhan yang maha esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing*, *e-WOM*, *Destination Branding*, dan *Green Marketing* terhadap *Visit Intention* Desa Wisata”.

Penyelesaian proposal ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka dari itu peneliti ingin berterimakasih dalam kesempatan ini kepada semua pihak yang telah membantu peneliti, terutama kepada:

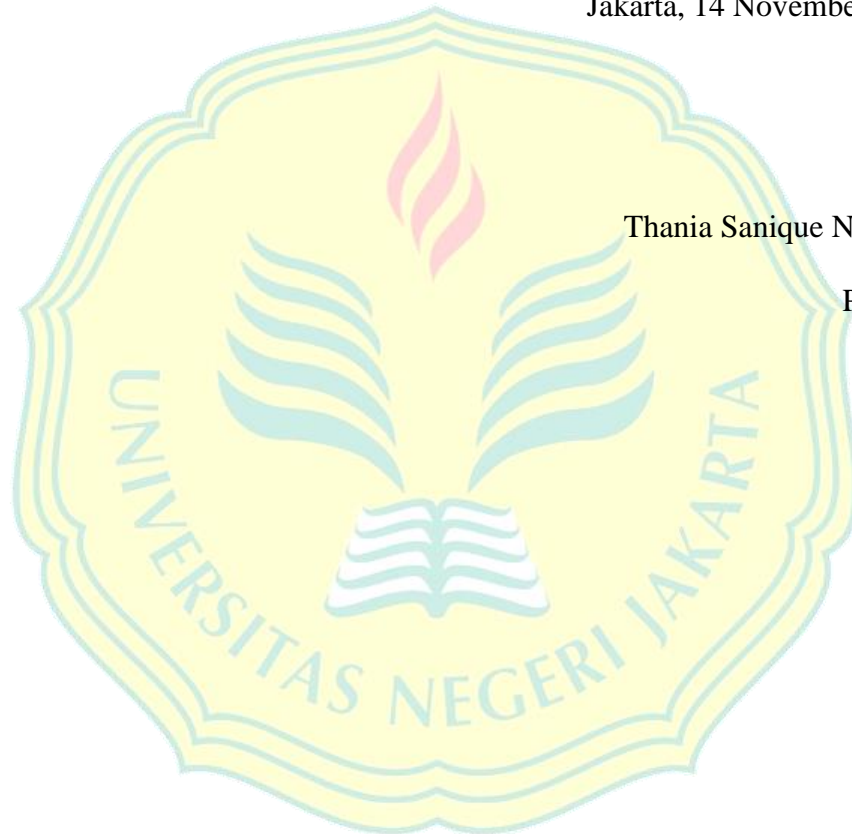
1. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D sebagai dosen pembimbing 1 skripsi
2. Ika Febrilia, SE, M.M. sebagai dosen pembimbing 2 skripsi
3. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Suherman, M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen
5. Seluruh dosen dan karyawan Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak bantuan selama perkuliahan.
6. Keluarga penulis atas doa dan semangat yang tak henti-hentinya diucapkan
7. Teman-teman Juara yang selalu memberi dukungan dan bantuan untuk praktikan
8. Semua pihak yang tidak dapat praktikan sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat atas kebaikan dan juga dukungan yang telah praktikan terima.

Susunan proposal ini telah disusun dengan sebaik – baiknya, tetapi peneliti menyadari masih banyak kekurangan karena keterbatasannya pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, jika ada kritik maupun saran di mana yang sifatnya membangun bagi peneliti, maka dengan senang hati akan peneliti terima. Semoga proposal ini bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti lanjutan yang meneliti ha



serupa. Penulisan ini menggunakan pedoman terbaru yang telah disebarakan oleh Pihak Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 14 November 2022






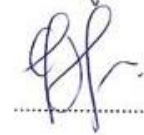


Thania Sanique Nandika

Peneliti

*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

## LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
<b>PenanggungJawab</b> <b>Dekan Fakultas Ekonomi</b>			
 <b>Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd.</b> <b>NIP. 197207152001121001</b>			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Osly Usman, SE., M.Bus NIP. 197401152008011008 (Ketua Penguji)		5 Jan 2022
2	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197206272006041001 (Penguji 1)		5 Jan 2022
3	Prof. Dr. Vanessa Gaffar, SE., Ak., MBA NIP. 197403072002122005 (Penguji 2)		14 Nov 2022
4	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1)		14 Nov 2022
5	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 2)		14 Nov 2022
Nama : Thania Sanique Nandika No. Registrasi : 1705618073 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 14 November 2022			

## LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 14 November 2022

Yang Membuat Pernyataan



Thania Saniqie Nandika

No Reg. 1705618073



# LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Thania Sanique Nandika .....  
NIM : 1705618073 .....  
Fakultas/Prodi : S1 Manajemen .....  
Alamat email : [thianasanique@gmail.com](mailto:thianasanique@gmail.com) .....

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul : *PENGARUH DIGITAL MARKETING, E-WOM, DESTINATION BRANDING DAN GREEN MARKETING TERHADAP VISIT INTENTION DESA WISATA*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 November 2022

Penulis,

(Thania Sanique Nandika)

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
LEMBAR ORISINALITAS .....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Visit Intention .....	11
2.1.2 Digital Marketing .....	13
2.1.3 e-WOM (Electronic Word of Mouth) .....	14
2.1.4 Destination Branding .....	15
2.1.5 Green Marketing .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Kerangka Teoritik & Hipotesis Penelitian .....	24
2.3.1 Pengaruh Digital Marketing terhadap Visit Intention .....	24
2.3.2 Pengaruh e-WOM terhadap Visit Intention .....	25
2.3.3 Pengaruh Destination Branding terhadap Visit Intention .....	25
2.3.4 Pengaruh Green Marketing terhadap Visit Intention .....	26
2.3.5 Kerangka Berpikir .....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	29
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
3.2 Metode Penelitian .....	29

3.3	Populasi dan Sampel .....	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel .....	30
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	30
3.4.1	Variabel Bebas .....	30
3.4.2	Variabel Terikat .....	30
3.5	Skala Pengukuran.....	33
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7	Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	34
3.7.2	Uji Validitas .....	35
3.7.3	Uji Reliabilitas .....	35
3.7.4	Uji Kesesuaian Model.....	35
3.7.5	Uji Pengaruh Langsung .....	37
3.7.6	Pengujian Hipotesis .....	38
3.8	Model SEM .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>39</b>
4.1	Deskripsi Data.....	39
4.2	Hasil Analisis Data.....	41
4.2.1	Analisis Deskriptif .....	41
4.2.2	Uji Validitas .....	46
4.2.3	Uji Reliabilitas .....	47
4.2.4	Uji Kesesuaian Model.....	48
4.2.5	Pengujian Hipotesis .....	53
4.2.6	Full Model SEM .....	54
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN .....</b>		<b>58</b>
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Implikasi .....	59
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	59
5.2.1	Implikasi Praktis .....	59
5.3	Keterbatasan penelitian .....	61
5.4.	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>63</b>

LAMPIRAN.....	69
RIWAYAT HIDUP.....	95



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*