

**Optimalisasi Strategi Digital dalam Industri Pariwisata Domestik:
Pengaruh *Social Media Marketing* dan E-WOM terhadap
Repurchase Intention Paket Wisata *Open Trip***

TESIS

Disusun sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M)



Intelligentia - Dignitas

**Disusun Oleh :
ANNISA BANYU LIWA FIRDAUS
1708823051**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
JAKARTA
2025**

**Optimization of Digital Strategies in the Domestic Tourism
Industry: The Influence of Social Media Marketing and E-WOM
on Repurchase Intention of Open Trip Tour Packages**

THESIS

*Compiled as one of the requirements
to obtain a Master of Management degree (M.M)*



Compiled By:

**ANNISA BANYU LIWA FIRDAUS
1708823051**

**MASTER OF MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY
JAKARTA
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan *Social Media Marketing* terhadap niat beli ulang (*repurchase intention*) pada paket wisata *Open Trip* di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan responden yang merupakan pengguna media sosial dan pernah mengikuti *Open Trip*. Tiga variabel mediasi yang dikaji meliputi *Consumer Brand Engagement*, *Brand Image*, dan *Trust*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-WOM dan *Social Media Marketing* berpengaruh terhadap pembentukan citra merek, keterlibatan konsumen, dan kepercayaan, yang pada akhirnya mendorong niat beli ulang. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi yang kredibel serta keterlibatan digital yang membangun hubungan emosional merupakan faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pemasaran pariwisata berbasis digital.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth (EWOM), Social Media Marketing, Repurchase Intention, Brand Image, Consumer Brand Engagement, Trust, Open Trip*



ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Social Media Marketing on repurchase intention for Open Trip tourism packages in Indonesia. Using a quantitative approach, the respondents were social media users who had previously participated in Open Trip experiences. Three mediating variables were investigated: Consumer Brand Engagement, Brand Image, and Trust. The findings reveal that E-WOM and Social Media Marketing influence the formation of brand image, consumer engagement, and trust, which in turn drive repurchase intention. These results highlight the importance of credible communication and digital engagement that fosters emotional connections as key factors in maintaining customer loyalty. This study is expected to contribute to the development of digital-based tourism marketing strategies.

Keywords: *Electronic Word of Mouth (EWOM), Social Media Marketing, Repurchase Intention, Brand Image, Consumer Brand Engagement, Trust, Open Trip*

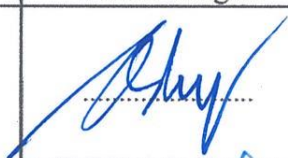
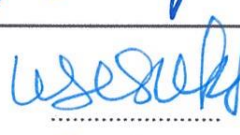
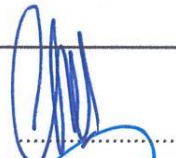
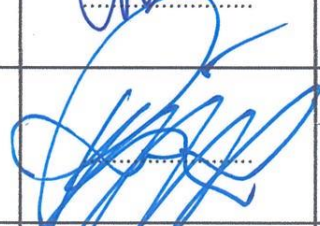


LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Osly Usman, SE., M.Bus NIP. 197401152008011008 (Ketua Sidang)		28 Juli 2025
2	Prof. Usep Suhud, Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		28 Juli 2025
3	Dr. Christian Wiradendi Wolor, SE., MM NIP. 199110182019031014 (Pembimbing 2)		28 Juli 2025
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM NIP. 197206272006041001 (Penguji 1)		28 Juli 2025
5	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si NIP. 197206171999031001 (Penguji 2)		28 Juli 2025

Nama : Annisa Banyu Liwa Firdaus
No. Registrasi : 1708823051
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal Lulus : 17 Juli 2025



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta
13220 Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

Judul Tesis : Optimalisasi Strategi Digital dalam Industri Pariwisata
Domestik: Pengaruh *Social Media Marketing* dan E-WOM
terhadap *Repurchase Intention* Paket Wisata *Open Trip*
Metode Penelitian : Kuantitatif
Nama Lengkap : Annisa Banyu Liwa Firdaus
NIM : 1708823051
Program Studi : Magister Manajemen

1. Tesis ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Tesis ini belum di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian 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, 30 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan



Annisa Banyu Liwa Firdaus
NIM. 1708823051



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Lengkap : Annisa Banyu Liwa Firdaus
No.Reg : 1708823051
Jurusan : Magister Manajemen
Similarity Score (Turnitin) : 15 %

Judul Tesis :

Optimalisasi Strategi Digital dalam Industri Pariwisata Domestik : Pengaruh
Social Media Marketing dan E-WOM terhadap Repurchase Intention
Paket Wisata Open Trip

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
S2 Magister Manajemen

Dr. Osly Usman, SE., M. Bus
NIP. 197401152008011008

Jakarta, 30 Juli 2025
Mahasiswa,



Annisa Banyu Liwa Firdaus
No. Reg : 1708823051

Catatan :

Lampirkan hasil turnitin



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: 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 : Annisa Banyu Liwa Firdaus
NIM : 1708823051
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Magister Manajemen
Alamat email : annisabanyuliwa@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 :

Optimalisasi Strategi Digital dalam Industri Pariwisata Domestik: Pengaruh *Social Media Marketing* dan E-WOM terhadap *Repurchase Intention* Paket Wisata *Open Trip*

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, 30 Juli 2025

Penulis

Annisa Banyu Liwa Firdaus

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul *“Optimalisasi Strategi Digital dalam Industri Pariwisata Domestik: Pengaruh Social Media Marketing dan EWOM terhadap Repurchase Intention Paket Wisata Open Trip”* dengan baik dan tepat waktu.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Penulisan tesis ini tentu tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku Dekan Program Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Osly Usman, SE., M.Bus. selaku Koordinator Prodi Magister Manajemen Program Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Usep Suhud M.Si, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I, selaku Dosen Pembimbing I, atas segala bimbingan, arahan, masukan, dan perhatian yang sangat berarti selama proses penyusunan tesis ini. Kesabaran dan dedikasi Bapak/Ibu dalam membimbing penulis telah menjadi bagian penting dalam penyelesaian karya ilmiah ini.
4. Dr. Christian Wiradendi Wolor, SE., M.M. selaku Dosen Pembimbing II, selaku Dosen Pembimbing II, atas waktu, dukungan, serta saran-saran konstruktif yang telah membantu penulis dalam mengembangkan isi dan kualitas penelitian ini.
5. Kedua orang tua dan keluarga atas dukungan serta doa yang tidak pernah putus, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga.
6. Pimpinan di tempat kerja, atas atas dukungan, izin, dan fleksibilitas waktu yang diberikan selama saya menjalani proses studi dan penyusunan tesis ini.
7. Afif Aulia Zulmi, yang selalu mendukung sejak awal masa perkuliahan.

8. Uly Tertieny, yang sudah membantu dan mengajarkan penulis dalam penelitian ini.
9. Rekan-rekan Magister Manajemen Eksekutif Non Reguler : Rizal, Yusril, Mas Tomo, Mas Andry, dan Kak Syara yang telah memberikan dukungan, kerja sama, dan semangat selama proses penyusunan tesis ini, sehingga segala tantangan dapat dilalui dengan lebih ringan dan bermakna.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran digital dan industri pariwisata.

Jakarta, 10 Juli 2025

Annisa Banyu Liwa Firdaus

NIM. : 1708823051

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	125
BAB I LATAR BELAKANG	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.1. Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2. Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1. Telaah Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. E-WOM	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 <i>Consumer Brand Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. <i>Social Media Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.5. <i>Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.6. <i>Repurchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2 Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. E-WOM dan <i>Consumer Brand Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.

2.2.2. E-WOM dan <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.3. <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.4. <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.5. <i>Consumer Brand Engagement</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.6. <i>Brand Image</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.7. <i>Trust</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1. Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3. Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3.1. Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5. Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.6. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan ...	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Status Pernikahan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel E-WOM ...	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Social Media Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.

4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Consumer Brand Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.4 Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.5 Analisis Indeks Goodnes of Fit	Error! Bookmark not defined.
4.6 Hasil Analisa Structural Equation Model (SEM).....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1 Analisa CFA (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>) dengan AMOS	Error! Bookmark not defined.
4.6.2 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.7 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.7.1 E-WOM terhadap <i>Consumer Brand Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
4.7.2 E-WOM terhadap <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
4.7.3 <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Image</i> ..	Error! Bookmark not defined.
4.7.4 <i>Social Media Marketing</i> terdahap <i>Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
4.7.5 <i>Consumer Brand Engagement</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
4.7.6 <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
4.7.7 <i>Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi	Error! Bookmark not defined.
5.3 Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.4 Saran	Error! Bookmark not defined.
5.4.1 Teoritis	Error! Bookmark not defined.
5.4.2 Praktis	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA.....Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN.....Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Perjalanan Wisatawan Nusantara 2020-2024 **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 2 Promosi paket *Open Trip* dari Instagram Explorer.ID..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 3 Data pengguna sosial media di Indonesia tahun 2024 **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 Kerangka teori..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Persentase Jenis Kelamin **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Persentase Usia..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 3 Persentase Tingkat Pendidikan..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 4 Persentase Status Pekerjaan **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 5 Persentase Status Pernikahan Responden **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 6 Model Awal untuk Analisa CFA (*Confirmatory Factor Analysis*)
..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 7 Structural Equation Modeling Hipotesis Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Variabel penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4 Goodness of fit Index	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Frekuensi Jenis Kelamin Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Frekuensi Usia Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Frekuensi Status Pekerjaan Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Frekuensi Status Pernikahan Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel E-WOM...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Social Media Marketing.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Consumer Brand Engagement	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel Brand Image.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel Trust	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel Repurchase Intention .	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas EFA	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas CFA.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas EFA	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas CFA	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Hasil Analisis Indeks Goodness of Fit Index.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.