

PERAN *TRAVEL VLOG* YOUTUBE SEBAGAI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *REVISIT INTENTION* WISATAWAN: STUDI PADA KONSUMEN LEMBANG PARK AND ZOO

MELFINA NURUL AZIZAH

1705619073



Intelligentia - Dignitas

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

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

THE ROLE OF YOUTUBE TRAVEL VLOGS AS ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON TOURISTS' REVISIT INTENTION: A STUDY OF LEMBANG PARK AND ZOO CONSUMERS

MELFINA NURUL AZIZAH

1705619073



Intelligentia - Dignitas

This thesis is prepared as one of the requirements for obtaining a Bachelor's Degree in Management at the Faculty of Economics, State University of Jakarta

BACHELOR'S DEGREE OF MANAGEMENT



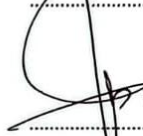


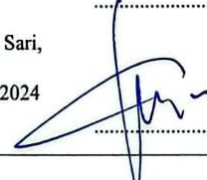
FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A. NIP. 197701112008122003 (Ketua Sidang)		09/05/2026
2	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. NIP. 197412212008121001 (Penguji 1)		08/05/2026
3	Prima Andriani, S.E., M.Sc. NIP. 199401072024062001 (Penguji 2)		09/05/2026
4	Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D. NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		05/05/2026
5	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. NIP. 199308272020122024 (Pembimbing 2)		09/05/2026
Nama : Melfina Nurul Azizah No. Registrasi : 1705619073 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 27 April 2026			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



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

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 : Melfina Nurul Azizah
NIM : 1705619073
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Alamat email : melfina.azz@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Peran Travel Vlog Youtube Sebagai *Electronic Word of Mouth* Terhadap *Revisit Intention*
Wisatawan: Studi pada Konsumen Lembang Park and Zoo.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 18 Mei 2026

Penulis

(Melfina Nurul Azizah)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melfina Nurul Azizah
NIM : 1705619073
Jurusan /Fakultas : S1 Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Kampus : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi ini merupakan karya asli yang saya buat dan belum pernah digunakan oleh pihak manapun untuk memperoleh gelar sarjana, baik di lingkungan Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, 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 di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh, serta sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 Mei 2026

Yang Membuat Pernyataan



Melfina Nurul Azizah

NIM 1705619073

ABSTRAK

Melfina Nurul Azizah: “Peran *Travel Vlog* Youtube Sebagai *Electronic Word of Mouth* Terhadap *Revisit Intention* Wisatawan: Studi pada Konsumen Lembang Park and Zoo” Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dosen Pembimbing: Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. dan Dewi Agustin Pratama Sari S.E., M.S.M

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *travel vlog* sebagai *electronic word of mouth* (e-WOM) berbasis video terhadap *destination image*, *attitude toward destination*, dan *tourist satisfaction*, serta dampaknya terhadap *revisit intention*. Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan Google Form yang disebarakan melalui media sosial Whatsapp, Instagram, komentar Youtube, dan secara langsung di lokasi penelitian. Objek penelitian adalah Lembang Park and Zoo dengan responden sebanyak 252 orang yang berdomisili di Jabodetabek, berusia minimal 17 tahun, pernah menonton *travel vlog* buatan wisatawan, dan telah berkunjung minimal satu kali dalam satu tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dianalisis menggunakan SPSS dan AMOS versi 29.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *travel vlog* sebagai e-WOM berbasis video berpengaruh positif dan signifikan terhadap *destination image*, *attitude toward destination*, dan *tourist satisfaction*. Ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap *travel vlog* mampu membentuk citra, sikap, dan kepuasan wisatawan, yang pada akhirnya meningkatkan niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Lembang Park and Zoo.

Kata kunci: *travel vlog*, *e-wom*, *destination image*, *attitude*, *tourist satisfaction*, *revisit intention*

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Melfina Nurul Azizah: “The Role of YouTube Travel Vlogs as Electronic Word of Mouth on Tourist Revisit Intention: A Study of Lembang Park and Zoo Consumers” Thesis, Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisors: Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. and Dewi Agustin Pratama Sari S.E., M.S.M

The purpose of this study is to examine the effect of travel vlogs as video-based electronic word of mouth (e-WOM) on destination image, attitude toward the destination, and tourist satisfaction, as well as their impact on revisit intention. Data were collected through an online questionnaire using Google Forms, distributed via social media platforms such as WhatsApp, Instagram, YouTube comment sections, and direct on-site distribution at the research location. The object of this study is Lembang Park and Zoo, with a total of 252 respondents who reside in the Greater Jakarta area (Jabodetabek), are at least 17 years old, have watched travel vlogs created by fellow tourists, and have visited the destination at least once in the past year. This study adopts a quantitative approach using the Structural Equation Modeling (SEM) method, with data analysis conducted using SPSS and AMOS version 29.

The results indicate that travel vlogs as video-based e-WOM have a positive and significant effect on destination image, attitude toward the destination, and tourist satisfaction. Furthermore, these three variables also have a positive and significant effect on revisit intention. The findings suggest that positive perceptions of travel vlogs can shape tourists' image, attitudes, and satisfaction, which ultimately enhance their intention to revisit Lembang Park and Zoo.

Keywords: *travel vlog, e-wom, destination image, attitude, tourist satisfaction, revisit intention*

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PERSEMBAHAN

MOTTO

“Banyak kegagalan dalam hidup adalah orang-orang yang tidak menyadari seberapa dekat mereka dengan kesuksesan saat mereka menyerah.”

(Thomas A. Edison)

“Selama masih ada semangat, kita tidak akan pernah kalah.”

(Jenderal Soedirman)

“Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan Aku perkenankan bagimu.”

(QS. Ghafir Ayat 60)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini peneliti persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Bambang dan Ibu Suminah, serta abang, adik, dan kedua keponakan peneliti, yang senantiasa menjadi sumber doa, kasih sayang, dan penyemangat dalam setiap langkah kehidupan peneliti.

Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada teman-teman yang selalu memberikan bantuan, dukungan, serta kasih sayang yang menguatkan selama proses penyusunan skripsi ini. Tidak lupa, terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta atas ilmu, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

Semoga karya ini dapat menjadi awal yang bermanfaat bagi perjalanan akademik maupun kehidupan peneliti di masa mendatang.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran *Travel Vlog* YouTube sebagai *Electronic Word of Mouth* terhadap *Revisit Intention* Wisatawan: Studi pada Lembang Park and Zoo” dengan baik. Dalam proses penulisan ini peneliti mendapat banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghormatan luar biasa kepada segala pihak yang telah memberi dukungan dan bantuan, terutama kepada:

1. Allah SWT atas pertolongan yang diberikan dalam bentuk finansial maupun berupa hidayah, juga petunjuk.
2. Orang tua, abang, adik, yang selalu mendukung, mendoakan dan salah satu motivasi tertinggi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini hingga semoga bisa mendapatkan jabatan di pekerjaan dan meneruskan magister.
3. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. yang juga selaku Dosen Pembimbing I, yang telah banyak membantu dan membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dewi Agustin Pratama Sari S.E., M.S.M selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak membantu dan sabar membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Agus Wibowo, M.Pd., yaitu rekan baik dari ayah saya, yang telah memberikan banyak dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staff Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak ilmu teori maupun praktik selama peneliti menempuh pendidikan.

9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan dan motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.

Dengan segala keterbatasan dan pengetahuan peneliti, peneliti menyadari terdapat banyak kekurangan, maka dari itu peneliti membutuhkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan Skripsi ini. Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat untuk peneliti pada khususnya dan pembaca pada umumnya.



Karawang, 01 Mei 2026

Melfina Nurul Azizah

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I . PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan.....	12
1.4 Manfaat.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II . KAJIAN TEORI	14
2.1 Teori Pendukung	14
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).....	14
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	16
2.1.3 <i>Travel Vlog</i>	18
2.1.4 <i>Destination Image</i>	21
2.1.5 <i>Attitude Toward Destination</i>	24
2.1.6 <i>Tourist Satisfaction</i>	25
2.1.7 <i>Revisit Intention</i>	26
2.2 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Berpikir.....	28
2.2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	28

2.2.2 Pengembangan Hipotesis	32
2.2.3 Kerangka Berpikir.....	39
BAB III . METODE PENELITIAN	41
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	41
3.2 Desain Penelitian	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel	42
3.4 Pengembangan Instrumen	44
3.4.1 Variabel Penelitian.....	44
3.4.2 Operasional Variabel	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Teknik Analisis Data	51
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	53
3.6.2 Uji Validitas	53
3.6.3 Uji Reliabilitas	54
3.6.4 Uji Kelayakan Model.....	54
3.6.5 Uji Hipotesis	58
BAB IV . HASIL PENELITIAN DAN ANALISA DATA.....	59
4.1 Deksripsi Data	59
4.1.1 Profil Responden.....	60
4.1.2 Analisis Deskriptif	72
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	81
4.2.1 Uji Validitas Data	81
4.2.2 Uji Reliabilitas Data.....	86
4.2.3 Uji Kelayakan Model.....	90
4.2.4 Uji Hipotesis	95
4.2.5 Pembahasan	96
BAB V . PENUTUP	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Implikasi	107
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	107

5.2.2 Implikasi Praktis	108
5.3 Keterbatasan Penelitian	113
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	114
DAFTAR PUSTAKA	115
INSTRUMEN PENELITIAN	135
LAMPIRAN.....	141
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	163



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Instagram Lembang Park & Zoo.....	5
Gambar I. 2 Grafik Perbandingan Ketiga Kebun Binatang	7
Gambar I. 3 Komentar <i>Travel Vlog</i> as e-WOM.....	8
Gambar I. 4 Komentar Citra Destinasi.....	8
Gambar I. 5 Komentar Sikap terhadap Destinasi.....	9
Gambar I. 6 Komentar Kepuasan.....	10
Gambar I. 7 Komentar Niat Berkunjung Kembali	10
Gambar II. 1 Kerangka Berpikir yang diusulkan dari Literatur.....	40
Gambar IV. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Gambar IV. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	61
Gambar IV. 3 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	63
Gambar IV. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir	64
Gambar IV. 5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	66
Gambar IV. 6 Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	67
Gambar IV. 7 Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Perbulan	68
Gambar IV. 8 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	69
Gambar IV. 9 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton.....	71
Gambar IV. 10 Model Penelitian Sebelum Dilakukan Modifikasi	91
Gambar IV. 11 Model Penelitian Sesudah Dilakukan Modifikasi.....	93
Gambar IV. 12 Model Struktural Uji Hipotesis	95

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	29
Tabel III. 1 <i>Timeline</i> Penelitian	41
Tabel III. 2 Operasionalisasi Variabel <i>Travel vlog as eWOM</i>	45
Tabel III. 3 Operasionalisasi Variabel <i>Destination Image</i>	47
Tabel III. 4 Operasionalisasi Variabel <i>Attitude Toward Destination</i>	48
Tabel III. 5 Operasionalisasi Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	49
Tabel III. 6 Operasionalisasi Variabel <i>Revisit Intention</i>	50
Tabel III. 7 Skala <i>Likert-Type</i>	51
Tabel III. 8 <i>Goodness of Fit Indices</i>	56
Tabel IV. 1 Hasil <i>Screening</i> Responden	59
Tabel IV. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel IV. 3 Profil Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel IV. 4 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	63
Tabel IV. 5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir	64
Tabel IV. 6 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir	66
Tabel IV. 7 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir	67
Tabel IV. 8 Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Perbulan	68
Tabel IV. 9 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	70
Tabel IV. 10 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton	71
Tabel IV. 11 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Travel vlog as e-WOM</i>	74
Tabel IV. 12 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Destination Image</i>	76
Tabel IV. 13 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Attitude Toward Destination</i>	77
Tabel IV. 14 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	79
Tabel IV. 15 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Revisit Intention</i>	80
Tabel IV. 16 Uji Validitas Variabel <i>Travel Vlog as e-WOM</i>	82
Tabel IV. 17 Uji Validitas Variabel <i>Destination Image</i>	83
Tabel IV. 18 Uji Validitas Variabel <i>Attitude Toward Destination</i>	84
Tabel IV. 19 Uji Validitas Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	85
Tabel IV. 20 Uji Validitas Variabel <i>Revisit Intention</i>	86
Tabel IV. 21 Uji Reliabilitas Variabel <i>Travel Vlog as eWOM</i>	87
Tabel IV. 22 Uji Reliabilitas Variabel <i>Destination Image</i>	88
Tabel IV. 23 Uji Reliabilitas Variabel <i>Attitude Toward Destination</i>	88
Tabel IV. 24 Uji Reliabilitas Variabel <i>Tourist Satisfaction</i>	89
Tabel IV. 25 Uji Reliabilitas Variabel <i>Revisit Intention</i>	90
Tabel IV. 26 <i>Goodness of Fit</i> Model Penelitian Sebelum Modifikasi.....	91
Tabel IV. 27 <i>Goodness of Fit</i> Model Penelitian Sesudah Modifikasi.....	94
Tabel IV. 28 Hasil Uji Hipotesis.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Persetujuan Sidang Skripsi	141
Lampiran 2 – Form Persetujuan Dosen Pembimbing	142
Lampiran 3 – Kartu Konsultasi Bimbingan	143
Lampiran 4 – Hasil Turnitin.....	145
Lampiran 5 – <i>Letter of Acceptance</i> (LOA) Artikel	146
Lampiran 6 – Tabulasi Data <i>Travel Vlog</i> dan <i>Destination Image</i>	147
Lampiran 7 – Tabulasi Data <i>Attitude dan Tourist Satisfaction</i>	152
Lampiran 8 – Tabulasi Data <i>Revisit Intention</i>	157
Lampiran 9 – Hasil Data Amos Sebelum Modifikasi	160
Lampiran 10 – Hasil Data Amos Sesudah Modifikasi.....	161
Lampiran 11 – Hasil Data Amos Model Skruktural	161
Lampiran 12 – Bukti Penyebaran Kuesioner	162



Intelligentia - Dignitas