

**PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA KE JEPANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna memenuhi persyaratan  
untuk memperoleh derajat Sarjana  
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

Arif Yusuf Fahrudin  
No. Mhs. 111600943

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA  
2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA KE JEPANG**

Diajukan oleh:

Arif Yusuf Fahrudin  
No. Mhs. 111600943

Yogyakarta, 21 Januari 2020

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA KE JEPANG**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji  
Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta  
tanggal: 21 Januari 2020

yang terdiri atas:

Ketua



Dra. Sri Haryani, M.Si

Anggota



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A.

## PERNYATAAN KEASILAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Viral Marketing* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Indonesia Ke Jepang”** dan diajukan pada tanggal 21 Januari 2020 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat secara keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis lainnya.

Apabila saya melakukan hal diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 21 Januari 2020

Yang memberi pernyataan

  
 Arif Yusuf Fahrudin

Saksi 1

Sebagai pembimbing skripsi  
merangkap anggota tim penguji  
skripsi



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A.

Saksi 2

Sebagai ketua tim penguji skripsi



Dra. Sri Haryani, M.Si

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul “PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA KE JEPANG” ini digunakan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh derajat sarjana program Studi Manajemen di STIM YKPN Yogyakarta.

Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas semua bantuan yang telah diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan skripsi ini hingga selesai. Secara khusus peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Kliman dan Ibu Suparmi yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, dan kasih sayang kepada peneliti.
2. Bapak Drs. Bambang Susilo D., M.M. (Alm) selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
3. Ibu Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan masukan selama penyusunan skripsi.
4. Seluruh dosen dan staff STIM YKPN Yogyakarta yang telah memberikan pendidikan dan pelayanan yang baik.

5. Kakak saya Rizky Annisa Laksmi yang telah memberikan motivasi untuk terus bersitiqomah dan bertawakkal mulai dari proses hingga hasil.
6. Teman seperjuangan saya angkatan 2016 yang saya banggakan atas semua semangat dan dukungan.
7. Teman-teman KAMUS MNA 1440 H/1441 H, khususnya tim MULMED terimakasih atas doa, dukungan, dan nasehatnya.
8. Teman-teman halaqoh tahsin 1441 H atas dukungannya
9. Serta semua pihak yang turut membantu peneliti, yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak, serta untuk peneliti sendiri. Terimakasih. Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Yogyakarta, 21 Januari 2020

Peneliti

Arif Yusuf Fahrudin

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah ﷻ, atas berkah dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Saya persembahkan karya tulis ini kepada:

Kedua orang tua tercinta, terimakasih selama ini tiada henti memberikan doa, motivasi, dan kasih sayang yang tak tergantikan.

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.

Agama, Nusa, dan Bangsa.

Teman-teman serta sahabat-sahabat saya.

Kakak dan segenap keluarga besar.

Serta seluruh *support system* yang tak bisa disebutkan satu per satu.

**MOTTO**

Dan sesungguhnya hari kemudian itu lebih baik  
bagimu daripada yang sekarang (permulaan).

QS. Adh-Dhuha: 4



## ABSTRAK

Internet merupakan subjek utama dalam revolusi industri 4.0. Hal ini berdampak pada perubahan operasi bisnis dalam berbagai sektor, salah satunya sektor pariwisata. Dengan adanya akses internet, komunikasi dan informasi dapat dengan mudah dijangkau secara global. Sejalan dengan pergeseran tersebut, proses pertukaran komunikasi dan informasi menjadi *online* atau disebut *electronic word-of-mouth* atau eWOM. Aksesibilitas tinggi eWOM jika dilakukan terus-menerus akan mengakibatkan *viral marketing*. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis *concern for others*, *economic incentives*, dan *platform assistance* terhadap keputusan berkunjung wisatawan Indonesia ke Jepang. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Indonesia yang pernah berkunjung ke Jepang. Peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode Roscoe. Uji yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji regresi linear berganda, uji F (GoF), uji t dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa *economic incentives* dan *platform assistance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Indonesia ke Jepang, sedangkan variabel *concern for others* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Indonesia ke Jepang. Nilai koefisien determinasi penelitian ini sebesar 49,4%.

**Kata kunci:** *concern for others*, *economic incentives*, *platform assistance*, *keputusan berkunjung*

## ABSTRACT

*Internet is the main subject in the industrial revolution 4.0 that has an impact on changes in business operations in various sectors, including the tourism sector. With internet access, communication and information can be easily reached globally. In line with this changing, the process of exchanging communications and information has shifted to online or called as electronic word-of-mouth/eWOM. High accessibility of eWOM, if done continuously, will lead to viral marketing. The purpose of this study is to analyze the concern for others, economic incentives, and platform assistance for the decision of visiting of Indonesian tourists to Japan. The population of this study is Indonesian tourists who have visited Japan. Researchers used the technique of non probability sampling with the Roscoe method. The tests used are validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression, F, t, and coefficient of determination test. The results of the study stated that economic incentives and platform assistance had positive and significant effects on the decision of visiting of Indonesian tourists to Japan, while the variable of concern for others did not significantly influence the decision of visiting of Indonesian tourists to Japan. The coefficient of determination of study is 49,4%.*

**Keywords:** *concern for others, economic incentives, platform assistance, decision to visit*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASILAN KARYA TULIS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO .....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I Pendahuluan .....	1
a. Latar belakang masalah .....	1
b. Perumusan masalah .....	4
c. Batasan masalah .....	5
d. Tujuan penelitian .....	5
e. Manfaat penelitian .....	5
BAB II Landasan Teori dan Perumusan Hipotesis .....	7
A. <i>Viral Marketing</i> .....	7
a. <i>Concern for others</i> .....	9
b. <i>Economic incentives</i> .....	11
c. <i>Platform assistance</i> .....	13
B. Keputusan Berkunjung .....	14
C. Perumusan Hipotesis .....	15
D. Kerangka Pemikiran .....	15
BAB III Metodologi Penelitian.....	16
A. Definisi Konsep .....	16
B. Definisi Operasional .....	19
C. Jenis Penelitian .....	20
D. Jenis dan Sumber Data .....	21
E. Populasi dan Sampel .....	21
F. Metode Pengumpulan Data .....	22

G. Uji Instrumen.....	23
H. Uji Asumsi Dasar .....	24
I. Uji Asumsi Klasik.....	25
J. Persamaan Regresi Linear Berganda .....	26
K. Uji Hipotesis.....	27
BAB IV Gambaran Umum Industri dan Analisi Data .....	29
A. Gambaran Umum Industri.....	29
B. Analisis Data.....	33
a. Karakteristik Responden .....	33
b. Metode Analisis .....	36
1. Uji Instrumen .....	36
a. Uji Validitas.....	36
b. Uji Reliabilitas.....	37
2. Uji Asumsi Dasar .....	38
Uji Normalitas .....	38
3. Uji Asumsi Klasik.....	40
a. Uji Multikolinearitas.....	40
b. Uji Heterokedastisitas.....	41
4. Persamaan Regresi Linear Berganda .....	43
5. Uji Hipotesis .....	46
a. Uji F ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	46
b. Uji t (Parsial) .....	46
c. Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ).....	48
C. Pembahasan .....	50
BAB V Simpulan dan Saran .....	52
A. Simpulan.....	52
B. Saran .....	53
Daftar Pustaka .....	54
Lampiran .....	57

**DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1. Karakteristik responden .....	34
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas .....	38
Tabel 4.4. Hasil Uji Normalitas .....	39
Tabel 4.5. Hasil Uji Multikolinearitas.....	40
Tabel 4.6. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	42
Tabel 4.7. Hasil Analisis Linear Berganda .....	43
Tabel 4.8. Hasil Uji F ( <i>goodness of fit</i> ).....	46
Tabel 4.9. Hasil Uji t.....	47
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	49

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Kerangka Pemikiran..... 15