

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, DAYA TARIK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN BERKUNJUNG PADA WISATA
KOLAM PERTIWI PENDUNG TALANG GENTING**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun Oleh :

**NADIA FAZIRA
NPM: 2010061201219**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2024**

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, DAYA TARIK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN BERKUNJUNG PADA WISATA KOLAM PERTIWI PENDUNG TALANG GENTING

NADIA FAZIRA

Pembimbing : Dr. Gampo Haryono, S.E.,M.M

**Program Studi : Manajemen Manajemen Pemasaran
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1). Untuk mengetahui Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?. 2). Untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?. 3). Untuk mengetahui Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?. 4). Untuk mengetahui Pengaruh *Word Of Mouth*, Daya Tarik dan Lokasi Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting dan berapa besar pengaruhnya secara simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh seluruh pengunjung pada Objek Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting yang jumlahnya tidak diketahui. Metode pengambilan dalam penelitian ini adalah metode *accidental sampling*. Berdasarkan perhitungan tersebut dimana sampel minimal yang digunakan adalah 80 sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data menggunakan analisis linear berganda dengan bantuan SPSS versi. 25. Hasil penelitian : 1). *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung Pada Wisata Kolam Pertiwi Desa Pendung Talang Genting $t_{hitung} (5,992) > t_{tabel} (1,992)$, 2). Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung Pada Wisata Kolam Pertiwi Desa Pendung Talang Genting $t_{hitung} (2,306) > t_{tabel} (1,992)$, 3). Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung Pada Wisata Kolam Pertiwi Desa Pendung Talang Genting dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} (15,163) > t_{tabel} (1,992)$, 4). Secara simultan juga terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Berkunjung, Daya Tarik dan Lokasi terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Desa Pendung Talang Genting dengan $F_{hitung} (81,949) > F_{tabel} (2,72)$, dimana besarnya pengaruh *Word Of Mouth*, Daya Tarik dan Lokasi terhadap Kepuasan Berkunjung berpengaruh signifikan terhadap Wisata Kolam Pertiwi Desa Pendung Talang Genting sebesar 90,4%.

Kata Kunci: Word Of Mouth, Daya Tarik, Lokasi, Kepuasan Berkunjung

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, DAYA TARIK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN BERKUNJUNG PADA WISATA
KOLAM PERTIWI PENDUNG TALANG GENTING**

NADIA FAZIRA Supervisor: Dr. Gampo Haryono, S.E., M.M

*Study Program: Marketing Management Sakti Alam Kerinci College of
Economics*

Abstract

This study aims to determine: 1) To determine the Influence of Word of Mouth on Visitor Satisfaction at Pertiwi Pond Pendung Talang Genting Tourism and how much its partial effect? 2) To determine the Influence of Attraction on Visitor Satisfaction at Pertiwi Pond Pendung Talang Genting Tourism and how much its partial effect? 3) To determine the Influence of Location on Visitor Satisfaction at Pertiwi Pond Pendung Talang Genting Tourism and how much its partial effect? 4) To determine the Influence of Word of Mouth, Attraction, and Location on Visitor Satisfaction at Pertiwi Pond Pendung Talang Genting Tourism and how much its simultaneous effect. The type of research used is quantitative. The population in this study is all visitors to the Pertiwi Pond Pendung Talang Genting Tourism Object, the number of which is unknown. The sampling method in this study is accidental sampling method. Based on the calculation, the minimum sample used is 80 samples. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis technique using multiple linear analysis with the help of SPSS version 25. Research results: 1) Word of Mouth has a significant effect on Visitor Satisfaction at Pertiwi Pond Pendung Talang Genting Tourism with $t_{count} (5.992) > t_{table} (1.992)$, 2) Attraction has a significant effect on Visitor Satisfaction at Pertiwi Pond Pendung Talang Genting Tourism with $t_{count} (2.306) > t_{table} (1.992)$, 3) Location has a significant effect on visitor satisfaction at Pertiwi Pond Pendung Talang Genting Tourism can be proven by $t_{count} (15.163) > t_{table} (1.992)$, 4) Simultaneously, there is also a significant influence between Visitor Satisfaction, Attraction, and Location on Visitor Satisfaction at Pertiwi Pond Pendung Talang Genting Tourism with $F_{count} (81.949) > F_{table} (2.72)$, where the magnitude of the influence of Word of Mouth, Attraction, and Location on Visitor Satisfaction has a significant effect on Pertiwi Pond Pendung Talang Genting Tourism by 90.4%.

Keywords: Word of Mouth, Attraction, Location, Visitor Satisfaction