



UNIVERSITAS ANDALAS

SKRIPSI

**PENGARUH *E-WOM* DAN *DARK TOURISM DESTINATION IMAGE*
TERHADAP *VISIT INTENTION LUBANG JEPANG BUKITTINGGI*:
SURVEI PADA PENGUNJUNG GENERASI Z**

Diajukan Oleh:

Kheisa Kamalia

2210523053

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PADANG**

2026

**PENGARUH *E-WOM* DAN *DARK TOURISM DESTINATION IMAGE*
TERHADAP *VISIT INTENTION LUBANG JEPANG BUKITTINGGI*:
SURVEI PADA PENGUNJUNG GENERASI Z**

Oleh:

Kheisa Kamalia

2210523053

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan Dark Tourism Destination Image terhadap Tourist Visit Intention Lubang Jepang Bukittinggi: Survei pada Pengunjung Generasi Z*. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan pariwisata digital serta meningkatnya minat wisatawan terhadap destinasi *dark tourism*, namun jumlah kunjungan ke Lubang Jepang Bukittinggi masih relatif rendah dibandingkan potensi yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-WOM* dan *dark tourism destination image* terhadap *tourist visit intention* pada Generasi Z. Landasan teori yang digunakan adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausalitas. Data dikumpulkan melalui survei online menggunakan kuesioner berskala Likert lima poin terhadap 176 responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu wisatawan Generasi Z yang memperoleh informasi tentang Lubang Jepang Bukittinggi melalui media digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4, termasuk pengujian *outer model*, *second order construct*, *inner model*, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *tourist visit intention*, serta *dark tourism destination image* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *tourist visit intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin positif ulasan daring dan citra destinasi yang terbentuk, maka semakin tinggi niat Generasi Z untuk mengunjungi Lubang Jepang Bukittinggi. Penelitian ini menyarankan pengelola destinasi dan pemerintah daerah untuk memperkuat strategi promosi digital berbasis *e-WOM* serta membangun citra destinasi yang edukatif, rekreatif, dan bermakna sejarah guna meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Kata Kunci: *E-WOM, Dark Tourism, Destination Image, Visit Intention, Generasi Z*

Pembimbing Skripsi: Sari Lenggogeni, S.E., M.M., Pg.Dipl., Ph.D.