

**PERAN PEMASARAN DIGITAL BERBASIS ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK DAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE DESA WISATA TETEBATU, LOMBOK TIMUR NUSA TENGGARA BARAT**

**Lalu Rudi Sanjaya<sup>1</sup>, Lastiani Warih Wulandari<sup>2</sup>, Moch. Nur Syamsu<sup>3</sup>,  
Agung Yuliyanto Nugroho<sup>4</sup>**

**Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Yogyakarta  
Universitas Cendekia Mitra Indonesia**

email: sanjayalalu0@gmail.com , wulan@stipram.ac.id , nsyamsu@stipram.ac.id ,  
agungboiler11@gmail.com

**Abstract:** *Tourism is a vital sector that supports regional economic development. Lombok, particularly East Lombok Regency, has experienced an increase in tourist visits annually, although there was a significant decline in 2020 due to the COVID-19 pandemic. Tetebatu Tourism Village possesses substantial tourism potential, but the dissemination of information remains limited, resulting in underutilization of digital platforms such as social media. This study aims to examine the influence of electronic word of mouth (e-WOM) as a digital marketing medium on tourist visits through the mediating variable of visit interest to Tetebatu Tourism Village. This research employs a quantitative associative method with a sample of 350 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the Partial Least Squares (PLS) approach. The results show that e-WOM has a significant influence on tourists' visit interest, indicated by a significance value of  $0.000 < 0.05$ . However, e-WOM does not directly influence tourist visits (significance  $0.140 > 0.05$ ). Nevertheless, e-WOM significantly influences tourist visits through the mediating effect of visit interest (significance  $0.008 < 0.05$ ). In conclusion, e-WOM as a digital marketing tool effectively increases visit interest, which in turn contributes to greater tourist visits to Tetebatu Tourism Village*

**Keyword:** *e-WOM, Interest, Visits, Tourist*

**Abstrak:** Pariwisata merupakan sektor penting dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah. Lombok, khususnya Kabupaten Lombok Timur, menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan setiap tahun, meskipun sempat menurun pada 2020 akibat pandemi COVID-19. Desa Wisata Tetebatu memiliki potensi besar dalam sektor wisata, namun penyebaran informasi masih minim, sehingga belum dimanfaatkan secara optimal melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh electronic word of mouth (e-WOM) sebagai media pemasaran digital terhadap kunjungan wisatawan melalui minat berkunjung ke Desa Wisata Tetebatu. Metode penelitian ini bersifat kuantitatif asosiatif dengan jumlah sampel 350 responden, menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-WOM berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Namun, e-WOM tidak berpengaruh langsung terhadap kunjungan wisatawan (signifikansi  $0,140 > 0,05$ ). Sementara itu, terdapat pengaruh signifikan e-WOM terhadap kunjungan wisatawan melalui minat berkunjung (signifikansi  $0,008 < 0,05$ ). Dengan demikian, e-WOM efektif digunakan untuk meningkatkan minat yang berdampak pada peningkatan kunjungan ke Desa Wisata Tetebatu.

**Kata kunci:** e-WOM, Minat, Kunjungan, Wisatawan

## PENDAHULUAN

Desa wisata kini menjadi salah satu bentuk pembangunan pariwisata yang strategis. Pertumbuhan sektor ini sejalan dengan meningkatnya permintaan global atas destinasi wisata yang unik. Desa wisata tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga memperbaiki infrastruktur dan kualitas hidup masyarakat pedesaan (Hayat & Zaini, 2018, hlm. 12). Menurut Kepala BPS, Suhariyanto, desa memiliki potensi besar yang dapat dikembangkan melalui sektor pariwisata. Hingga saat ini, tercatat ada 1.734 desa wisata di seluruh Indonesia berdasarkan data Podes. Di Provinsi NTB sendiri, Gubernur Dr. H. Zulkieflimansyah menetapkan 99 desa wisata untuk dikembangkan sejak tahun 2019 (Safitri, 2021).

Pembangunan berbasis desa adalah bagian dari visi pemerintahan Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Jusuf Kalla pada periode 2014. Salah satu wujud nyata dari visi tersebut adalah alokasi dana desa sebesar Rp 60 triliun yang dimulai sejak 2017 untuk mendorong kemandirian desa (Safitri, 2021). Sektor pariwisata termasuk dalam delapan sektor percepatan pembangunan yang diumumkan pemerintah pada 2016. Sepuluh destinasi unggulan telah dipilih, termasuk Borobudur, Mandalika, dan Bali sebagai prioritas (Sanjaya, 2019). Pemerintah juga menargetkan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara hingga 20 juta pada 2019 melalui berbagai strategi, termasuk pengembangan desa wisata.

Di Provinsi NTB, sektor pariwisata telah menunjukkan dampak positif terhadap ekonomi daerah. Salah satunya tercermin dari pertumbuhan signifikan

pada sektor akomodasi dan katering sebesar 9,50%, berkat penyelenggaraan berbagai acara nasional seperti Rinjani 100 dan Festival Tambora (Indriani & Sanjaya, 2022). Lombok kini menjadi salah satu destinasi favorit wisatawan domestik maupun mancanegara. Bandara Internasional Lombok tercatat sebagai salah satu pintu masuk utama wisatawan internasional, termasuk dari Korea Selatan (Hidayanti & Masyhudi, 2020). Salah satu destinasi unggulan di Lombok Timur adalah Desa Wisata Tetebatu. Dengan komunikasi pemasaran digital yang tepat, promosi destinasi akan lebih efektif (Hidayanti & Masyhudi, 2020).

Namun, tidak semua penelitian menunjukkan bahwa e-WOM memiliki pengaruh signifikan. Misalnya, dalam studi yang dilakukan oleh Syahrul (2015) tentang keputusan wisatawan asing untuk kembali ke Aloita, daya tarik tidak selalu menjadi faktor dominan. Sebaliknya, kombinasi antara e-WOM, daya tarik, dan lokasi dinilai lebih berpengaruh dalam keputusan berkunjung ke Tetebatu (Hidayanti & Masyhudi, 2020). Ulasan dan komentar positif di media sosial dapat membangun citra positif suatu destinasi. Di Desa Tetebatu, penyelenggaraan berbagai acara telah berhasil menarik wisatawan lokal maupun internasional. Informasi yang mudah diakses melalui internet menjadi faktor utama meningkatnya ketertarikan terhadap destinasi ini.

Data dari 2018 hingga 2022 menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan ke Lombok Timur terus meningkat, dengan puncaknya pada 2019 sebanyak 94.417 wisatawan, didominasi oleh wisatawan domestik. Peningkatan ini sejalan dengan kampanye promosi yang masif melalui media cetak dan elektronik.

**Tabel 1 Capaian Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Lombok Timur 2018-2022**  
Sumber: (Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Timur, 2022)

Kunjungan Wisatawan	Tahun				
	2018	2019	2020	2021	2022
Wisatawan mancanegara	29.684	21.053	1.467	560	14.343
Wisatawan nusantara	19.234	73.364	11.456	28.127	71.301

Total	48.918	94.417	12.923	28.687	85.644
-------	--------	--------	--------	--------	--------

Meskipun demikian, efektivitas e-WOM masih perlu diteliti lebih lanjut. Beberapa variabel dalam promosi digital belum sepenuhnya menjawab tantangan pencapaian target kunjungan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi strategi pemasaran digital melalui e-WOM terhadap peningkatan minat dan kunjungan ke Desa Wisata Tetebatu.

### Desa Wisata

Desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang dijadikan sebagai destinasi wisata karena kekayaan budaya, keindahan alam, dan kehidupan sosial masyarakatnya yang masih terjaga keasliannya. Dalam praktiknya, desa wisata merupakan bentuk integrasi atraksi, akomodasi, dan fasilitas penunjang yang berpadu harmonis dengan kehidupan masyarakat lokal sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku (Kristiana et al., 2024). Karakteristik utama desa wisata antara lain: (1) **keaslian budaya lokal** yang memberikan pengalaman otentik bagi wisatawan; (2) **keindahan alam** yang menjadi daya tarik visual dan rekreasi; (3) **partisipasi aktif masyarakat**, yang berkontribusi dalam pengelolaan destinasi; serta (4) **pengelolaan berkelanjutan**, yang mencakup pelestarian lingkungan dan konservasi sumber daya alam.

### Wisatawan

Wisatawan dapat didefinisikan sebagai individu atau kelompok yang melakukan perjalanan ke suatu tempat selain tempat tinggalnya, dengan durasi tinggal minimal 24 jam. Apabila durasi kunjungan kurang dari 24 jam, maka individu tersebut digolongkan sebagai pelancong harian atau *excursionist*. Definisi ini diatur oleh The International Union of Travel Organization (UIOTO), yang menyatakan bahwa wisatawan adalah pengunjung yang tidak melakukan kegiatan berpenghasilan selama berada di destinasi tersebut (Fajriyah, 2018).

Sementara itu, menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2018), wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan dari tempat tinggalnya ke wilayah lain dengan berbagai tujuan seperti rekreasi, bisnis, pendidikan, atau keagamaan, tanpa niat mencari nafkah di tempat yang dikunjungi.

Wisatawan diklasifikasikan menjadi dua kelompok utama, yakni: (1) **wisatawan nusantara (wisnus)**, yaitu warga negara Indonesia yang bepergian di dalam negeri dengan durasi kurang dari enam bulan tanpa tujuan bekerja di tempat tujuan, dan (2) **wisatawan mancanegara (wisman)**, yaitu turis asing yang berkunjung ke Indonesia. Aktivitas wisata nusantara dapat berupa perjalanan harian, menginap di tempat wisata, atau menempuh perjalanan lebih dari 100 km pulang-pergi (BPS, 2018; Sugiarto et al., 2023).

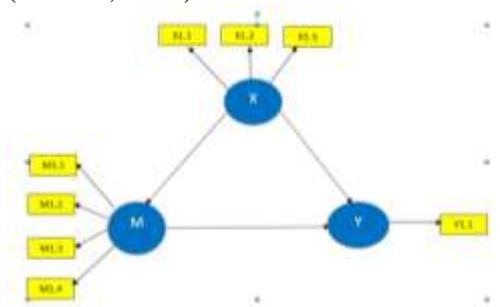
### E-WOM

Electronic Word of Mouth atau e-WOM merujuk pada ulasan, komentar, atau pengalaman positif maupun negatif yang dibagikan oleh konsumen melalui berbagai platform digital seperti media sosial (Instagram, Twitter, WhatsApp, dll). Ulasan ini bersifat terbuka dan dapat dengan mudah diakses oleh publik. Menurut Kotler & Keller (2018), e-WOM merupakan strategi pemasaran digital yang mendorong konsumen untuk membagikan pengalaman mereka melalui media online dalam bentuk tulisan, gambar, atau video. Sementara itu, Schivinski & Dabrowski (2016) menambahkan bahwa e-WOM dapat membantu perusahaan dalam mengevaluasi dan memperbaiki produk berdasarkan masukan langsung dari konsumen, terlepas dari apakah pengulasnya saling mengenal atau tidak. Matutina (2019) menjelaskan bahwa ulasan digital yang ditulis di media sosial dapat dicari dengan mudah melalui sistem pencarian berdasarkan kata kunci tertentu. Banyaknya situs yang mengarsipkan dan

menilai e-WOM mempermudah pencari informasi dalam menentukan kualitas suatu produk atau layanan.

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah **penelitian kuantitatif dengan rancangan studi asosiasi**. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan **positivistik** yang menekankan pada **pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam bentuk angka**, serta pengolahan data secara statistik (Sugiarto et al., 2023). Metode analisis data yang digunakan adalah **Structural Equation Modeling (SEM)**. SEM merupakan metode analisis statistik yang bertujuan untuk mengidentifikasi **hubungan struktural antar variabel**, sebagaimana ditunjukkan dalam bentuk persamaan. Persamaan tersebut menjelaskan **hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat**. SEM sering dipahami sebagai kombinasi antara **analisis faktor dan regresi berganda**. Dalam penelitian ini, SEM diterapkan menggunakan **alat analisis Partial Least Square (PLS)** (Ghozali, 2014).



**Gambar 1 Model SEM 1 dengan Aplikasi smartPLS**

Keterangan:

X = e-WOM

M = Minat pengunjung

Y = kunjungan wisatawan

Pengujian secara parsial digunakan untuk mengevaluasi dampak variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hipotesis diterima jika nilai signifikan  $\alpha < (0,05)$ .

Adapun **rancangan studi asosiasi** digunakan untuk mendeskripsikan dan

menguji hipotesis mengenai **hubungan antara dua variabel atau lebih** (Azwar, 2015). Dalam konteks penelitian ini, variabel yang dianalisis adalah **minat dan daya tarik kunjungan wisatawan terhadap destinasi wisata Desa Tetebatu, Kabupaten Lombok Timur**. Variabel penelitian adalah karakteristik atau nilai yang diperoleh dari seseorang, benda, atau kegiatan yang memiliki fungsi dengan beberapa variasi tertentu dan paling sedikit mempunyai dua klasifikasi yang dipisahkan oleh nilai-nilai berbeda dengan yang dipilih oleh para ilmuwan untuk dipelajari atau dari situlah diambil kesimpulan (Hermawan, 2019).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*Independent*) yaitu media pemasaran e-WOM sebagai daya Tarik wisatawan. Variabel bebas adalah faktor yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variable dependen (variable terikat) (Hermawan, 2019). Variabel terikat (*dependent*) dalam penelitian ini sendiri adalah sebagai minat dan kunjungan. Variabel terikat merujuk pada suatu variabel yang mengalami pengaruh dari variabel bebas atau sebagai hasil dari perubahan yang terjadi pada variabel bebas tersebut. Variabel ini memiliki ketergantungan pada perubahan yang terjadi pada variabel bebas yang mempengaruhinya (Hermawan, 2019).

Lokasi penelitian ini adalah Desa Wisata Tetebatu yang terletak di Jalan Kotaraja Tetebatu, Kecamatan Sikur, Kawasan Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung di Wisata Tetebatu Kab. Lombok Timur selama tiga bulan terakhir yaitu pada bulan November 2023 sampai bulan Januari 2024 yaitu sebanyak 1.034 orang. Populasi adalah sekumpulan individu yang memiliki karakteristik khas yang menjadi perhatian dalam lingkup yang ingin diteliti (Sugiarto et al., 2023).

Dalam konteks penelitian ini, sampel penelitian adalah wisatawan yang mengunjungi Wisata Tetebatu, Kabupaten Lombok Timur. Sampel merupakan sebagian kecil dari keseluruhan populasi

yang memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Ketika ukuran populasi sangat besar dan peneliti tidak dapat mengkaji seluruhnya karena keterbatasan finansial, sumber daya manusia, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel representatif dari populasi tersebut. Oleh karena itu, penting bahwa proses pengambilan sampel dari populasi dilakukan dengan benar (Djamal, 2015). Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampling tertarget, di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditentukan sebelumnya.

Kriteria inklusi dan eksklusi dalam penelitian ini ditetapkan untuk memastikan bahwa responden yang terlibat sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian. Kriteria inklusi dalam penelitian ini meliputi: (1) wisatawan yang bersedia menjadi responden dan telah menandatangani pernyataan kesediaan, (2) wisatawan yang berusia di atas 18 tahun, serta (3) wisatawan yang memiliki akun media sosial seperti WhatsApp, Instagram, atau Facebook. Sementara itu, kriteria eksklusi dalam penelitian ini mencakup: (1) wisatawan yang menolak menandatangani pernyataan kesediaan sebagai responden, (2) wisatawan yang tidak mampu berkomunikasi dengan baik, dan (3) wisatawan yang tidak dapat membaca dan menulis.

Rumus sampel berdasarkan rumus *Slovin* yaitu sebagai berikut :

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Desa Wisata Tetebatu

Desa Tetebatu merupakan salah satu desa yang terletak di ujung dari empat belas desa dalam wilayah Kecamatan Sikur Kabupaten Lombok Timur. Desa ini merupakan hasil pemekaran dari desa Kotaraja pada tahun 1966. Secara administratif Desa Tetebatu terdiri dari sepuluh wilayah kekadusan yaitu: Dusun Tetebatu, Dusun Tetebatu Lingsar, Dusun Orong Gerisak, Dusun

$$n = \frac{N}{(N(d)^2 + 1)}$$

keterangan :

n = besar sampel minimal

N = jumlah populasi

d = derajat ketepatan yang diinginkan sebesar 0,05.

Dengan demikian dapat dihitung jumlah sampel minimal yaitu:

$$]n = \frac{1034}{(1034 \times (0,05)^2 + 1)} = 288,4$$

$$n = 289$$

Jumlah sampel minimal dalam penelitian ini yaitu sebanyak 289 orang wisatawan.

Dari segi operasional, penelitian ini memfasilitasi para ilmuwan untuk melakukan observasi atau pengukuran yang akurat terhadap suatu objek atau fenomena. (Hermawan, 2019). pengukuran ini sendiri menggunakan skala likert. Dalam teknik pengumpulan data utama penelitian digunakan survei yang disiapkan oleh peneliti dalam bentuk kuesioner. Kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data dimana sampel pertanyaan yang disiapkan terlebih dahulu sebagai daftar pertanyaan diajukan (Utama, 2018). Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan data terpakai dengan mengambil sampel data penelitian sebanyak 30 wisatawan yang berkunjung di Wisata Tetebatu.

Peresak, Dusun Lingkung Leuk, Dusun Tengah, Dusun Deye, Dusun Beru, Dusun Seri dan Dusun Seri Leuk (Profil Desa Tetebatu Tahun, 2017).



**Gambar 2. Pintu Gerbang Desa Wisata Tetebatu**

Sumber: Observasi Penelitian 2024

Secara topografi, Desa Wisata Tetebatu didominasi oleh lahan yang terletak pada kelerengan >40 dengan kategori pegunungan yaitu seluas 1.418,77 Ha (71%) hal ini juga dikarenakan desa ini memang berbatasan dengan Gunung Rinjani.

Sementara untuk kondisi klimatologi atau curah hujannya didominasi oleh kelas jumlah curah hujan 1.750-2.000 mm/tahun seluas 1.774,76 Ha atau 89%. Penggunaan lahan yang ada di Desa Wisata Tetebatu didominasi oleh hutan rimba yaitu seluas 1.071,86 Ha atau mencapai 53,89% dari luas keseluruhan desa. Sedangkan penggunaan lahan paling sedikit berupa padang rumput yaitu hanya 0,28% dari luas keseluruhan desa.

Selain itu, dapat dilihat juga bahwa permukiman yang ada di Desa ini juga tergolong sedikit, hal ini dikarenakan jumlah penduduk yang ada juga tidak begitu banyak sehingga permukiman yang ada pun tidak padat. Adapun untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel IV.1 di bawah ini.

**Tabel 3 Penggunaan Lahan Desa Wisata Tetebatu**

No.	Jenis Penggunaan Lahan	Luas (Ha)	Persentase
1.	Hutan Rimba	1.071,86	53,89%
2.	Padang Rumput	5,67	0,28%
3.	Perkebunan/Kebun	144,19	7,25%
4.	Sawah	303,25	15,25%
5.	Semak Belukar	65,49	3,29%
6.	Tegalan/Ladang	177,90	8,94%
7.	Vegetasi Non Budidaya	209,16	10,52%
8.	Permukiman	11,62	0,58%
	<b>Desa Wisata Tetebatu</b>	<b>1.989,14</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olah GIS, 2022

Masyarakat desa Tetebatu umumnya menanam berbagai jenis palawija, pohon kayu dan buah-buahan diantaranya: jagung, padi, nangka, durian,

kopi, alpukat, manggis, coklat, mahoni, pisang, kelapa, cengkeh, dan masih banyak jenis tanaman lain yang ditanam oleh masyarakat desa Tetebatu. Hasil dari tanaman-tanaman tersebut menjadi produk komoditas unggul yang dimiliki oleh desa Tetebatu dan dapat meningkatkan pendapatan perkapita masyarakat setempat (Mustamin *et al.*, 2020).

Selain itu banyak masyarakat Desa Tetebatu juga bekerja di bidang pariwisata, tidak hanya sebagai *tour guide* tetapi banyak juga masyarakat desa yang menjadi pemilik dari sebuah usaha pondok wisata. Dengan alam yang sangat indah dan luas, area pertanian masyarakat juga menjadi salah satu destinasi wisata yang menarik untuk wisatawan khususnya wisatawan mancanegara karena memiliki panorama yang sangat indah dan memukau.

Desa Tetebatu identik dengan daerah persawahan dan padi yang menghampar luas. Tetebatu merupakan daerah penanam padi bagi masyarakat Lombok Timur, hal ini dikarenakan tanahnya yang subur dengan air yang melimpah, dan hal yang menarik dari Desa Tetebatu adalah kegiatan pariwisata yang terjadi, hal ini menarik bagi wisatawan khususnya wisatawan mancanegara dikarenakan aktivitas menanam padi masyarakat dan kegiatan yang dilakukan dipersawahan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan asing sebab pemandangan seperti itu tidak bisa dilakukan dan jarang terlihat di negara asal mereka.

Selain itu, Tetebatu memiliki air terjun lainnya seperti Jejoret Tinjong yang tersembunyi dan masih alami, serta Kebon dan Kembang Re'Ricefield yang kaya akan nilai sejarah. Di masa kolonial Belanda, area ini pernah digunakan sebagai tempat penyimpanan senjata. Dari tempat ini, pengunjung dapat menikmati pemandangan langsung ke arah Gunung Rinjani dan Gunung Sangkareang, serta menyaksikan kehidupan agraris masyarakat yang masih berlangsung

hingga kini. Wisatawan bahkan bisa ikut terlibat dalam kegiatan pertanian seperti menanam padi atau memanen gabah.



**Gambar 4 Panorama Persawahan Terasing di Desa Wisata Tetebatu**

Sumber: Hasil Observasi, 2024

Tidak jauh dari pusat desa, sekitar 4,8 km, terdapat hutan Kontak Monkey Forest yang menjadi habitat bagi kera abu-abu dan lutung hitam endemik Pulau Lombok. Selain dapat berinteraksi dengan satwa tersebut, pengunjung juga bisa berkemah dan menikmati suasana alam liar yang masih terjaga.

Wisata lainnya adalah Koptofa Education Park, sebuah taman edukasi Islami yang berlokasi di Kembang Sri. Tempat ini menggabungkan unsur edukasi dan rekreasi dengan menawarkan kolam renang, spot foto keluarga, area pepohonan yang rindang, gazebo, serta fasilitas seperti warung dan toilet umum. Aktivitas populer yang bisa dilakukan di sini adalah mengayuh perahu di kolam ikan dan memberi makan ikan-ikan berwarna cerah yang sangat disukai anak-anak.



**Gambar 5 Taman Edukasi Koptofa di Desa Wisata Tetebatu**

Sumber: Hasil Observasi, 2024

Di bagian pegunungan, wisatawan dapat menjelajahi Gunung Sangkareang yang menjulang setinggi 3.200 meter di atas permukaan laut dan dapat dijangkau hanya dalam hitungan jam dari desa. Ada pula Perempungan Forest, sebuah area bersejarah sekaligus tempat ideal untuk

menyaksikan momen matahari terbit dan terbenam.

Lembah Ulem-Ulem yang terletak di perbatasan Desa Tetebatu dan Taman Nasional Gunung Rinjani juga menjadi daya tarik tersendiri. Di sini, pengunjung dapat bermain air di bendungan alami yang memiliki air jernih dan sejuk. Fasilitas seperti gazebo bambu, area perkemahan, tempat parkir, dan toilet sudah tersedia. Untuk mengaksesnya, cukup menempuh jarak sekitar 4,5 km dari pusat desa dengan kendaraan.



**Gambar 6 Wisata Lembah Ulem-Ulem**

Sumber: Hasil Observasi, 2024

Air Terjun Tibu Topat dan Air Terjun Kokok Duren juga menjadi destinasi andalan lainnya. Tibu Topat adalah air terjun pertama yang dibuka di desa ini, berlokasi di tengah hamparan sawah dan memiliki suasana sejuk. Sementara itu, Kokok Duren memiliki aliran sungai yang mengalir indah sepanjang jalurnya dan menyuguhkan suasana yang tenang di antara pesona alam pedesaan.

Dengan kekayaan alam yang begitu melimpah dan beragam, Desa Wisata Tetebatu memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan di Indonesia. Dukungan masyarakat, pengelolaan yang berkelanjutan, dan promosi yang tepat melalui media digital menjadi kunci dalam menarik minat wisatawan dari dalam maupun luar negeri.

### Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari 350 wisatawan yang berkunjung di Wisata Tetebatu Kab. Lombok Timur. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan perbulan. Pada penelitian ini, responden penelitian

berdasarkan usia, dibagi ke dalam enam golongan yaitu usia <20 tahun, usia 21-30 tahun, usia 31-40 tahun, usia 40-45 tahun, usia 51-60 tahun, dan >60 tahun.

**Tabel 4 Data Responden berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	18-20 tahun	11	3,1
2	21-30 tahun	202	57,7
3	31-40 tahun	101	28,9
4	40-45 tahun	20	5,7
5	51-60 tahun	15	4,3
6	>60 tahun	1	0,3
	Total	350	100,0

Berdasarkan penjelasan Tabel 4 di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia 21-30 tahun sebanyak 202 orang (57,7%) dan minoritas responden berusia >60 tahun sebanyak 1 orang (0,3%).

Pada penelitian ini, responden penelitian berdasarkan jenis kelamin, dibagi ke dalam 2 golongan yaitu responden laki-laki dan responden perempuan.

**Tabel 5 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	156	44,6
2	Perempuan	194	55,4
	Total	350	100,0

Berdasarkan penjelasan Tabel 5 di atas dapat disimpulkan bahwa responden di dominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 194 orang (55,4%) dan laki-laki sebanyak 156 orang (44,6%).

Pada penelitian ini, responden penelitian berdasarkan pendidikan terakhir, dibagi ke dalam 5 golongan yaitu

tidak sekolah, SD, SMP, SMA, dan Perguruan tinggi.

**Tabel 6 Data Responden berdasarkan Pendidikan terakhir**

No	Pendidikan terakhir	Frekuensi	Presentase
1	Tidak sekolah	2	0,6
2	SD	7	2,0
3	SMP	8	2,3
4	SMA	155	44,3
5	Perguruan Tinggi	178	50,9
	Total	350	100,0

Berdasarkan penjelasan Tabel 6 di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan pendidikan Perguruan tinggi sebanyak 178 orang (50,9%) dan minoritas responden tidak sekolah sebanyak 2 orang (0,6%).

Pada penelitian ini, responden penelitian berdasarkan pekerjaan, dibagi ke dalam 5 golongan yaitu responden bekerja PNS, responden bekerja sebagai karyawan swasta, responden bekerja sebagai wiraswasta, pelajar/mahasiswa, dan lainnya.

**Tabel 7 Data Responden berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	PNS	75	21,4
2	Karyawan swasta	105	30,0
3	Wiraswasta	95	27,1
4	Pelajar/Mahasiswa	32	9,1
5	Lainnya	43	12,3
	Total	350	100,0

Berdasarkan penjelasan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas pekerjaan responden adalah karyawan swasta sebanyak 105 orang (30,0%) dan pelajar/mahasiswa sebanyak 32 orang (9,1%).

Pada penelitian ini, responden penelitian berdasarkan penghasilan per

bulan, dibagi ke dalam 4 golongan yaitu responden <2,5 juta, 2,5 sampai 5 juta, 5 sampai 7,5 juta, dan >7,5 juta.

**Tabel 8 Data Responden berdasarkan Penghasilan**

No	Penghasilan	Frekuensi	Prezentase
1	<2,5 juta	72	20,6
2	2,5 – 5 juta	173	49,4
3	5 – 7,5 juta	96	27,4
4	>7,5 juta	9	2,6
	Total	350	100,0

Berdasarkan penjelasan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas

**Tabel 9 Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel**

No.	Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Sig.	Keterangan
1.	<i>E-WOM</i> (X)	E1	0,039	0,361	0,836	Tidak Valid
		E2	0,146	0,361	0,440	Tidak Valid
		E3	0,411	0,361	0,024	Valid
		E4	0,406	0,361	0,026	Valid
		E5	0,010	0,361	0,958	Tidak Valid
		E6	0,404	0,361	0,027	Valid
		E7	0,604	0,361	0,000	Valid
		E8	0,278	0,361	0,137	Tidak Valid
		E9	0,516	0,361	0,003	Valid
		E10	0,713	0,361	0,000	Valid
		E11	0,810	0,361	0,000	Valid
		E12	0,386	0,361	0,035	Valid
		E13	0,459	0,361	0,011	Valid
		E14	0,257	0,361	0,170	Tidak Valid
		E15	0,795	0,361	0,000	Valid
		E16	0,507	0,361	0,004	Valid
		E17	0,005	0,361	0,978	Tidak Valid
		E18	0,458	0,361	0,11	Valid
		E19	0,390	0,361	0,033	Valid
		E20	0,258	0,361	0,169	Tidak Valid
		E21	0,537	0,361	0,002	Valid
		E22	0,565	0,361	0,001	Valid
		E23	0,606	0,361	0,000	Valid
		E24	-0,417	0,361	0,022	Tidak Valid
		E25	0,777	0,361	0,000	Valid
		E26	0,163	0,361	0,399	Tidak Valid
		E27	0,643	0,361	0,000	Valid
		E28	0,564	0,361	0,001	Valid
		E29	0,721	0,361	0,000	Valid
		E30	0,676	0,361	0,000	Valid
		E31	0,556	0,361	0,001	Valid

penghasilan per bulan responden adalah 2,5 – 5 juta sebanyak 173 orang (49,4%) dan sebagian kecil >7,5 juta sebanyak 9 orang (2,6%).

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui *valid* tidaknya suatu kuesioner dari masing-masing variabel tersebut. Data uji validitas dalam penelitian ini sebanyak 30 data terpakai dengan nilai *r* table sebesar 0,361 (n=30). Uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut:

No.	Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Sig.	Keterangan
		E32	0,095	0,361	0,619	Tidak Valid
		E33	0,642	0,361	0,000	Valid
		E34	0,676	0,361	0,000	Valid
		E35	0,124	0,361	0,515	Tidak Valid
		E36	0,542	0,361	0,002	Valid
2.	Minat (M)	M1	0,752	0,361	0,000	Valid
		M2	0,714	0,361	0,000	Valid
		M3	0,731	0,361	0,000	Valid
		M4	0,512	0,361	0,004	Valid
		M5	0,591	0,361	0,001	Valid
		M6	0,634	0,361	0,000	Valid
		M7	0,678	0,361	0,000	Valid
		M8	0,543	0,361	0,002	Valid
		M9	0,738	0,361	0,000	Valid
		M10	0,763	0,361	0,000	Valid
		M11	0,635	0,361	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Dari hasil perhitungan validitas pada tabel diatas, pada variable e-WOM dari 36 item pertanyaan sebanyak 11 item pertanyaan tidak valid karena memiliki nilai signifikansinya lebih dari 5% (0,05). Sedangkan pertanyaan yang valid memiliki nilai signifikan kurang dari 5% (0,05) dengan nilai r hitung berkisar dari - 0,417 sampai 0,810 sebanyak 25 item pertanyan. pada variabel minat wisatawan dapat dilihat bahwa nilai signifikan kurang dari 5% (0,05) pada semua pertanyaan sehingga dinyatakan *valid* dengan nilai r hitung berkisar dari 0,512 sampai 0,763. Item pertanyaan yang tidak valid dibuang atau tidak digunakan dalam data pengujian hipotesis.

Penelitian ini harus dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsisten atau tidak kuesioner dalam penelitian. Hasil dari pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini sebagai berikut

Tabel 10 Hasil Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
E-WOM (X)	0,838	Reliabel
Minat (M)	0,862	Reliabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket

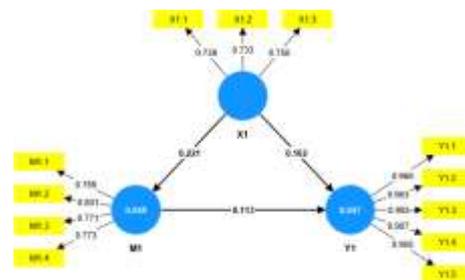
Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Hasil dari uji reliabilitas pada semua variabel dapat dilihat bahwa *cronbach's alpha* pada variabel E-WOM dan minat wisatawan lebih tinggi dari pada nilai dasar yaitu > 0,60 hasil tersebut membuktikan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner E-WOM dan minat kunjungan dinyatakan reliabel.

**Pengujian Hipotesis**

**Pengujian Outer Model**

Model pengukuran atau *outer model* dengan indikator reflektif dievaluasi dengan *convergent validity* dan *discriminant validity* dari indikatornya.



Gambar 7 Output PLS Algorithm

Keterangan :

X1 : e-WOM  
 M1 : minat wisatawan  
 Y1 : kunjungan wisatawan

**Validitas Konvergen**

**Tabel 11 Hasil Uji Validitas Konvergen**

Indikator	e-WOM	Minat wisatawan	Kunjungan wisatawan
X1.1	0,739		
X1.2	0,733		
X1.3	0,750		
M1.1		0,769	
M2.1		0,801	
M3.1		0,771	
M4.1		0,773	
Y1.1			0,966
Y1.2			0,963
Y1.3			0,985
Y1.4			0,987
Y1.5			0,955

Sumber: Output Smart PLS, 2024

Validitas Konvergen (*Convergent validity*) dari model pengukuran dengan refleksif indikator ditentukan berdasarkan korelasi antara *item score/component score* yang diestimasi dengan *Software PLS*. Skala pengukuran nilai *loading* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai. Semua butir pengukur mempunyai *loading factors* lebih besar dari 0,5 sehingga variabel e-WOM, minat wisatawan dan kunjungan wisatawan seluruhnya variable indicator penelitian dinyatakan valid sehingga dinyatakan layak untuk analisis model.

**Validitas Diskriminan**

Pengukuran validitas diskriminan dari model dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstraknya atau dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Selanjutnya, untuk memastikan adanya validitas diskriminan, dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

**Tabel 12 Nilai AVE dan Akar AVE**

Variabel	AVE	Akar
----------	-----	------

		AVE
Minat wisatawan	0,606	0,778
e-WOM	0,549	0,740
Kunjungan wisatawan	0,944	0,971

Sumber: Output SmartPLS, 2024

**Tabel 13 Fornell-Larcker Criterion**

Variabel	Minat wisatawan	e-WOM	Kunjungan wisatawan
Minat wisatawan	<b>0,778</b>	-	-
e-WOM	0,221	<b>0,741</b>	-
Kunjungan wisatawan	0,149	0,187	<b>0,971</b>

Sumber: Output SmartPLS, 2024

Berdasarkan tabel diatas memperlihatkan bahwa akar AVE setiap konstruk lebih besar dibandingkan dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, sehingga dapat dikatakan bahwa model ini memiliki validitas diskriminan yang tinggi.

**Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Composite Reliability*. Tabel di bawah ini akan menunjukkan selengkapnya:

**Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Minat wisatawan	0,860
e-WOM	0,785
Kunjungan wisatawan	0,988

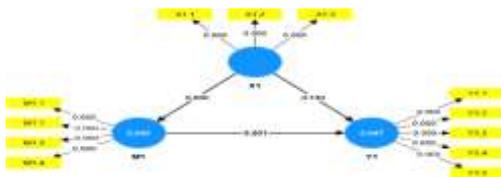
Sumber: Output SmartPLS, 2024

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Composite Reliability* pada semua konstruk telah mempunyai nilai yang memuaskan yaitu nilai masing-masing variabel diatas nilai minimum 0,70. Berdasarkan nilai tersebut menunjukkan konsistensi dan stabilitas instrumen yang digunakan sangat tinggi. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa *reliabilitas* instrumen terpenuhi.

**Pengujian Model Struktural (Inner model)**

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk mengetahui hubungan antara konstruk, seperti yang telah dihipotesiskan dalam penelitian ini. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, uji-t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Model penelitian yaitu untuk pengujian hipotesis pertama sampai dengan keempat menggunakan gambar 5.

Langkah penilaian model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel dependen yang interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen dan apakah mempunyai pengaruh substantif.



**Gambar 8 Output PLS Bootstrapping**

**Tabel 15 Nilai R-Square**

Variabel	R Square
Minat wisatawan	0,049
Kunjungan wisatawan	0,047

Sumber: Output SmartPLS, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *R-square* untuk variabel e-WOM sebesar 0,049, artinya bahwa minat wisatawan dijelaskan oleh variabel e-WOM sebesar 4,9%. Sedangkan nilai *R-square* untuk variabel kunjungan wisatawan sebesar 0,047, artinya bahwa kunjungan wisatawan

dijelaskan oleh variabel e-WOM hanya sebesar 4,78%.

Penilaian terhadap *inner weight* dapat dilakukan dengan melihat hubungan antar konstruk laten dengan memperhatikan hasil estimasi koefisien parameter path dan tingkat signifikansinya. *Inner weight* juga menunjukkan hasil pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, dapat dilihat besarnya nilai t-statistik. Apabila nilai *P Value* < 0,05 maka hipotesis dapat diterima. Hasil estimasi t-statistik dapat dilihat pada *result for inner weight* yang disajikan pada tabel berikut ini.

**SIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dampak positif antara *Job Stress* dan *Job Satisfaction* terhadap *Psychological Well-Being*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Penelitian ini juga menunjukkan adanya dampak negatif *Job Stress* terhadap *Psychological Well-Being*, yang berarti semakin tinggi *Job Stress* maka semakin rendah *Psychological Well-Being*. Kemudian terdapat pula dampak positif *Job Satisfaction* terhadap *Psychological Well-Being*, yang berarti semakin tinggi *Job Satisfaction* maka semakin tinggi pula *Psychological Well-Being*. Besarnya dampak *Job Stress* dan *Job Satisfaction* terhadap *Psychological Well-Being* berdasarkan perhitungan R square adalah sebesar 0,758, atau dengan kata lain *Job Stress* dan *Job Satisfaction Support* memberikan sumbangan efektif sebesar 75,8%. Hal ini berarti masih terdapat 24,2% lagi dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, A. I. (2023). *Pengaruh stres kerja terhadap kesejahteraan psikologis karyawan di lingkungan Kantor Pajak Pratama Medan Barat*. Universitas Medan Area.
- Gunawan, I. (2025). THE INFLUENCE OF JOB INSECURITY, SOCIAL SUPPORT AND JOB STRESS ON PSYCHOLOGICALWELL-BEING IN GENERATION Z AT PT PERMODALAN NASIONAL MADANI IN THE WEST JAVA AND SUMATRA REGIONS. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(1), 244–251.
- Huppert, F. A. (2009). Psychological Well-being: Evidence Regarding its Causes and Consequences. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 1(2), 137–164. <https://doi.org/10.1111/j.1758-0854.2009.01008.x>
- Robbins, M. M. (2023). Reflections on connections. *Primates*, 64(2), 191–197.
- Robbins, S. P. (2002). *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi (Edisi 5)*. Penerbit Erlangga. .
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Essentials of Organizational Behavior*. Pearson Education. .
- Ryff, C. D. (1989). Happiness Is Everything, or Is It? Explorations on the Meaning of Psychological Well-Being. In *Journal of Personality and Social Psychology* (Vol. 57, Issue 6).
- Ryff, C. D. (1995). Psychological Well-Being in Adult Life. *Current Directions in Psychological Science*, 4(4), 99–104. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10772395>
- Sari, N. D. M., Putri, A. M., & Lutfianawati, D. (2025). PENGARUH STRES KERJA DAN USIA TERHADAP PSYCHOLOGICAL WELL- BEING PADA ANGGOTA POLISI. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 7(1). <https://doi.org/10.33024/jpm.v7i1.14610>
- Septina, V. D., & Soeharto, T. N. E. D. (2023). WORK LIFE BALANCE DAN KEPUASAN KERJA DENGAN PSYCHOLOGICAL WELL-BEING PADA ANGGOTA POLISI WANITA. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 5(1). <https://doi.org/10.33024/jpm.v5i1.8740>
- Spector, P. E. (1997). *Job Satisfaction: Application, Assessment, Causes, and Consequences*. Sage Publications.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulaiman, J., Effendy, S., & Lubis, R. (2023). THE EFFECT OF JOB INSECURITY AND SOCIAL SUPPORT TOWARD PSYCHOLOGICAL WELL-BEING AMONG OUTSOURCED EMPLOYEES AT COMPANY X of MEDAN. *Jurnal Ekonomi*, 12(3), 720–727.
- Washinta, F. S. D., & Hadi, H. K. (2021). Pengaruh Job Stres dan Job Satisfaction terhadap Psychological Well-Being. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1331–1340. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1331-1340>