

ABSTRACT

The purpose of this study is (1) to determine the significant effect of electronic word of mouth on destination image, (2) to determine the effect of electronic word of mouth on visiting decisions, (3) to determine the effect of destination images on visiting decisions, (4) to find out the significant indirect effect of electronic word of mouth on visiting decisions through destination imagery as an intervening variable on Wisata Edukasi Gondang Outbound (WEGO).

This study uses a quantitative method with the sampling technique used is purposive sampling with a sample size of 98 respondents. Respondent data were obtained directly with the research instrument using a questionnaire. The analysis used in this study is the validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and hypothesis test (path analysis) which is processed using the program SPSS version 20.

Based on the results of the study show that: (1) Electronic word of mouth directly has a significant effect on the destination image, (2) Electronic word of mouth directly has a significant effect on the decision visit, (3) The destination image directly has a significant effect on visiting decisions, (4) Electronic word of mouth indirectly has a significant effect on the decision to visit through a destination image.

Keywords: electronic word of mouth, destination image and visiting decisions

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh signifikan *electronic word of mouth* terhadap citra destinasi, (2) untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung, (3) untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung, (4) untuk mengetahui pengaruh tidak langsung secara signifikan *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung melalui citra destinasi sebagai variabel intervening pada Wisata Edukasi Gondang *Outbound* (WEGO).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebesar 98 responden. Data responden diperoleh secara langsung dengan instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas dan uji hipotesis (analisis jalur) yang diolah menggunakan program SPSS versi 20.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Electronic word of mouth* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi, (2) *Electronic word of mouth* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, (3) citra destinasi secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, (4) *Electronic word of mouth* secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung melalui melalui citra destinasi.

Kata Kunci: *electronic word of mouth*, citra destinasi dan keputusan berkunjung