

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WoM)* dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Ekasoghi Kabupaten Sumenep. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah pengunjung wisata Pantai Ekasoghi Kabupaten Sumenep yang menggunakan media sosial. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *incidental sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 70 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner skala likert. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian *Electronic Word of Mouth (E-WoM)* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Ekasoghi Kabupaten Sumenep. Citra destinasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Ekasoghi Kabupaten Sumenep. *Electronic Word of Mouth (E-WoM)* dan citra destinasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Ekasoghi Kabupaten Sumenep. Luaran yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah publikasi artikel ilmiah nasional.

Kata kunci: Citra Destinasi; *Electronic Word of Mouth (E-WoM)*; Keputusan Berkunjung