

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis Apakah daya Tarik wisata dan *E-wom* media sosial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan pada pengunjung Wisata Air Terjun Toroan di Kota Sampang, menggunakan sampel sebanyak 100 pengunjung dengan menggunakan *Slovin*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner kemudian analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan daya Tarik wisata secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. *Electronic word of mouth* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Serta berdasarkan pengujian simultan ditemukan bahwa daya Tarik wisata dan *Electronic word of mouth* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Air Terjun Toroan Sampang.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, *Electronic Word Of Mouth*, Keputusan Berkunjung.

ABSTRAK

The study aims to analyze whether tourist attractions and E-wom social media influence visiting decisions. This research is an explanatory research with a quantitative approach. The study was conducted on visitors to Toroan Waterfall Tourism in Sampang City, using a sample of 100 visitors using Slovin. The data collection technique used a questionnaire then analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 25. The results of this study show that tourist attraction partially has a significant positive effect on visiting decisions. Electronic word of mouth partially positively affects visiting decisions. And based on simultaneous testing, it was found that tourist attraction and Electronic word of mouth together or simultaneously had a significant effect on the decision to visit the Toroan Sampang Waterfall tour.

Keywords: Tourist Attractions, Electronic Word Of Mouth, Visiting Decisions.