

# **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG YANG DIMEDIASI OLEH MINAT BERKUNJUNG**

**(studi pada Wisata Banyumili Wonosalam)**

## **ABSTRAK**

Oleh:  
Velisia Indiani

Dosen Pembimbing  
Nuri Purwanto, S. ST., MM

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap keputusan berkunjung pada pengunjung Wisata Banyumili 2) Untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap minat berkunjung pada pengunjung Wisata Banyumili 3) Untuk mengetahui pengaruh Minat berkunjung terhadap keputusan berkunjung pada pengunjung Wisata Banyumili. 4) Untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap keputusan berkunjung yang dimediasi minat berkunjung pada pengunjung Wisata Banyumili. Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan. Asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa variabel-variabel yang dapat diukur dengan menggunakan variabel-variabel yang diukur dengan menggunakan tanggapan responden dengan angket, sampel adalah pengunjung Wisata Banyumili sebanyak 100 pengunjung, analisa data dengan menggunakan SEM dengan pendekatan WarpPLS berganda dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Electronic Word Of Mouth* mampu meningkatkan Minat Berkunjung ke Wisata Banyumili 2) Minat berkunjung mampu meningkatkan keputusan berkunjung ke Wisata Banyumili 3) *Electronic Word Of Mouth* tidak mampu meningkatkan keputusan Berkunjung ke Wisata Banyumili 4) Minat berkunjung memediasi penuh peningkatan *electronic word of mouth* dengan keputusan berkunjung.

**Kata Kunci : *Electronic Word Of Mouth*, Minat Berkunjung, Keputusan Berkunjung**