

PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DENGAN CITRA DESTINASI SEBAGAI MEDIASI

(Survei pada Pengunjung Wisata Banyu Mili Wonosalam, Jombang)

ABSTRAK

Oleh :

Diana Uyudh Agustine

Dosen Pembimbing :

Dr. Abd Rohim, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan terpaan media social dan *electronic word of mouth* (E-Wom) terhadap keputusan berkunjung melalui citra destinasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian eksplanasi (*eksplanatory research*). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung Wisata Banyu Mili Wonosalam dengan sampel sebanyak 96 orang. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis SEM dengan menggunakan software WarpPLS 5.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terpaan media sosial tidak memiliki pengaruh keputusan berkunjung, E-wom tidak memiliki pengaruh keputusan berkunjung, Terpaan Media Sosial dapat meningkatkan Citra Destinasi, -Wom dapat meningkatkan Citra Destinasi, Citra destinasi mampu meningkatkan keputusan berkunjung, Citra destinasi memediasi Terpaan Media Sosial dalam meningkatkan Keputusan Berkunjung dan Citra destinasi memediasi E-Wom dalam meningkatkan Keputusan Berkunjung di Wisata Banyu Mili Wonosalam Jombang.

Kata Kunci : terpaan media social, *electronic word of mouth* (E-Wom), keputusan berkunjung dancitra destinasi

**THE EFFECT OF TERPAAN SOCIAL MEDIA AND ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (E-WOM) TOWARDS A VISITING DECISION
WITH A DESTINATION IMAGE AS A MEDIATION**

(Survey on Tourist Visitors Banyu Mili Wonosalam, Jombang)

ABSTRACT

By :

Diana Uyudh Agustine

Consellor :

Dr. Abd Rohim, SE., M.Si

This study aims to determine and analyze the significant influence of exposure to social media and electronic word of mouth (E-Wom) on the decision to visit through destination images. Research uses a quantitative approach. Type of explanatory research. The population used in this study is tourism visitors Banyu Mili Wonosalam with a sample of 96 people. The analysis techniques used include validity, reliability, descriptive analysis, SEM analysis using WarpPLS 5.0 software. The results show that social media exposure has no influence on visiting decisions, E-wom has no influence on visiting decisions, social media exposure can increase destination images, -Wom can increase destination images, destination images can increase visit decisions, destination images mediate social media exposure in increasing the Visit Decision and Destination Image mediating E-Wom in increasing the Visit Decision on Tourism Banyu Mili Wonosalam Jombang.

**Keywords: exposure to social media, electronic word of mouth (E-Wom),
decision to visit and destination images**