

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Aksesibilitas, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Karanggongso di Kabupaten Trenggalek” ini ditulis oleh Dinar Hikmah. NIM. 126407213112 Program Studi Pariwisata Syariah, Dosen Pembimbing Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Aksesibilitas, Fasilitas, Daya Tarik, Keputusan Berkunjung.

Penelitian ini di latarbelakangi oleh banyaknya obyek-obyek pariwisata yang sering kali muncul baik promosi maupun konten menarik pada media sosial. Adanya media sosial yang saat ini sering kali dimanfaatkan menjadi wadah untuk beriklan. Hal tersebut menjadi sangat efektif ketika mayoritas orang-orang mencari informasi seputar tempat wisata pada media sosial sebelum memutuskan berkunjung. Semakin viral obyek wisata tersebut pada media sosial, maka semakin banyak pula wisatawan yang memutuskan akan berkunjung ke obyek wisata tersebut. Penelitian mengangkat faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan dalam suatu obyek wisata seperti *electronic word of mouth*, aksesibilitas, fasilitas, dan daya tarik.

Tujuan dari penelitian ini yaitu 1) Untuk mengkaji pengaruh *electronic word of mouth* secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Pantai Karanggongso Kabupaten Trenggalek 2) Untuk mengkaji pengaruh aksesibilitas secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Pantai Karanggongso Kabupaten Trenggalek 3) Untuk mengkaji pengaruh fasilitas secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Pantai Karanggongso Kabupaten Trenggalek 4) Untuk mengkaji pengaruh daya tarik secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Pantai Karanggongso Kabupaten Trenggalek.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *non probability sampling* dengan teknik *quota sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner pada wisatawan Pantai Karanggongso Kabupaten Trenggalek. Penelitian ini menggunakan analisis data regresi linear berganda dengan menggunakan media IBM SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *electronic word of mouth*, aksesibilitas, fasilitas, dan daya tarik secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Karanggongso. Secara parsial variabel *electronic word of mouth*, aksesibilitas, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Karanggongso. Sedangkan variabel daya tarik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Karanggongso.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Electronic Word of Mouth, Accessibility, Facilities, and Tourist Attractions on Tourist Visiting Decisions at Karanggongso Beach Tourism Object in Trenggalek Regency" was written by Dinar Hikmah. NIM. 126407213112 Sharia Tourism Study Program, Supervisor Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Accessibility, Facility, Attraction, Decision to Visit.

This research is motivated by the many tourism objects that often appear both promotions and interesting content on social media. The existence of social media is currently often used as a medium for advertising. This is very effective when the majority of people consider and will look for the right tourist attraction to visit on social media before making a decision to visit. The more viral the tourist attraction is on social media, the more tourists will decide to visit the tourist attraction. The study raised factors that influence tourists' decisions to visit a tourist attraction such as electronic word of mouth, accessibility, facilities, and attractions.

The objectives of this study are: 1) To study the significant influence of electronic word of mouth on tourists' visiting decisions at the Karanggongso Beach tourist attraction in Trenggalek Regency. 2) To study the significant influence of accessibility on tourists' visiting decisions at the Karanggongso Beach tourist attraction in Trenggalek Regency. 3) To study the significant influence of facilities on tourists' visiting decisions at the Karanggongso Beach tourist attraction in Trenggalek Regency. 4) To study the significant influence of attractiveness on tourists' visiting decisions at the Karanggongso Beach tourist attraction in Trenggalek Regency.

The research method used in this study is a quantitative method with an associative research type. The sample used in this study is non-probability sampling with quota sampling technique. The number of samples in this study was 100 respondents. This study uses primary data obtained by distributing questionnaires to tourists at Karanggongso Beach, Trenggalek Regency. This study uses multiple linear regression data analysis using IBM SPSS 25 media.

The results of this study indicate that simultaneously electronic word of mouth, accessibility, facilities, and attractiveness have a significant positive effect on the decision to visit Karanggongso Beach. Partially, the variables electronic word of mouth, accessibility, and facilities have a positive and significant effect on the decision to visit Karanggongso Beach. While the attractiveness variable does not have a significant effect on the decision to visit Karanggongso Beach.