

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESTINASI WISATA BUKIT SAKURA BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**IrmayantiFeura**

Perkembangan pariwisata yang pesat pada saat ini membuat destinasi wisata baru banyak yang bermunculan salah satunya di Bandar Lampung. Bukit Sakura merupakan salah satu destinasi wisata terbaru di Bandar Lampung yang berdiri pada bulan November 2017 yang berlokasi di Jalan Batu Kalam Langkapura, Kemiling, Bandar Lampung. Bukit Sakura mempunyai ciri khas tersendiri yaitu dengan menggunakan tema Jepang yang membuat masyarakat tertarik untuk berkunjung. Banyaknya masyarakat yang mengetahui tentang Bukit Sakura dan memutuskan untuk berkunjung tak lepas dari peranan *Electronic Word Of Mouth* di media social terutama instagram.

Penelitian ini di lakukan dengan tujuan untuk menguji bagaimana pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Destinasi Wisata Bukit Sakura Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Bukit Sakura dengan kategori usia 17 tahun sampai 55 tahun dan dihitung menggunakan rumus *Slovin* sehingga sampel yang didapat sejumlah 100 responden. Adapun teknik pengambilan sampel dengan teknik *non probability sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dan pengujian hipotesis menggunakan uji t. Pengujian hipotesis secara parsial menghasilkan bahwa *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.

**Kata Kunci:** *Electronic Word Of Mouth* dan Keputusan Berkunjung.