

ABSTRAK

PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DENGAN DAYA TARIK DESTINASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA WISATAWAN DESA WISATA PULAU PAHAWANG LAMPUNG

Oleh :

Rizal Fauzan Rohmanto

2112110091

rizalrohmento123@gmail.com

Fenomena industri pariwisata sangat dipengaruhi oleh fenomena perilaku masyarakat dalam menentukan pilihan destinasi wisata. Dalam beberapa tahun terakhir wisata Pulau Pahawang mengalami perubahan kenaikan dan penurunan jumlah wisatawan sehingga penurunan jumlah wisatawan akan mempengaruhi pendapatan masyarakat dan pelaku wisata Pulau Pahawang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi wisatawan, *Electronic Word of Mouth*, dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung dengan daya tarik destinasi sebagai variabel moderasi pada wisatawan Desa Wisata Pulau Pahawang Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dikumpulkan menggunakan kuesioner kepada pengunjung wisata Pulau Pahawang dengan metode Studi Lapangan (*Field Research*) langsung datang ke objek penelitian dan sampel pada penelitian ini sebanyak 230 responden. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dilakukan dengan melakukan uji Model *Measurement (Outer Model)* dan Model Struktural (*Inner Model*). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa motivasi wisatawan tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, *Electronic Word of Mouth* dan citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Akan tetapi daya tarik destinasi tidak memoderasi motivasi wisatawan, *Electronic Word of Mouth*, citra destinasi terhadap keputusan berkunjung.

Kata Kunci : Motivasi wisatawan, *Electronic Word of Mouth*, citra destinasi, daya tarik destinasi, keputusan berkunjung, wisata Pulau Pahawang.

