

ABSTRAK

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PUNCAK MAS BANDAR LAMPUNG

OLEH

YOVITA ANIZA

Intisari

Puncak Mas merupakan salah satu destinasi wisata di Bandar Lampung yang menyuguhkan panorama keindahan pemandangan kota, pegunungan dan juga laut dari ketinggian 403 meter dari atas permukaan laut, wisata Puncak Mas masih terbilang baru karena secara resmi baru dibuka pada 2017 yang didirikan oleh Ir. Hj Thomas Aziz Riska S.H berlokasi di Jalan Haji Hamim RJP, Desa Sukadaham, Kecamatan Tanjung Karang Barat, Kota Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di wisata Puncak Mas Bandar Lampung. Penelitian ini dilakukan terhadap wisatawan Puncak Mas Bandar Lampung yang telah melakukan keputusan berkunjung di wisata Puncak Mas dengan jumlah sampel yang telah ditentukan sebanyak 100 responden melalui metode *non probability sampling* dengan penarikan sampel yaitu *purposive sampling*. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan uji secara persial bahwa *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Puncak Mas Bandar Lampung. Hasil uji secara simultan menunjukkan kedua variabel yaitu *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Puncak Mas Bandar Lampung.

Kata Kunci : *Electronic Word Of Mouth*, Daya Tarik Wisata, Keputusan Berkunjung