

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAYA TARIK DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
PADA OBJEK WISATA DEPATI COFFEE**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh :

**AZIZAH AFRILIA PUTRI
NPM:2010061201170**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2024**

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAYA TARIK DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA DEPATI COFFEE

AZIZAH AFRILIA PUTRI

**Program Studi : Manajemen Manajemen Pemasaran
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1). Untuk mengetahui Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Depati Coffee dan berapa besar pengaruhnya secara parsial. 2). Untuk mengetahui t Pengaruh Daya Tarik Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Depati Coffee dan berapa besar pengaruhnya secara parsial. 3). Untuk mengetahui Pengaruh fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Depati Coffee dan berapa besar pengaruhnya secara parsial. 4). Untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Daya Tarik dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Depati Coffee dan berapa besar pengaruhnya secara simultan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh seluruh pengunjung pada Objek Wisata Depati Coffee yang jumlahnya tidak diketahui. Metode pengambilan dalam penelitian ini adalah metode *accidental sampling*. Berdasarkan perhitungan tersebut dimana sampel minimal yang digunakan adalah 80 sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data menggunakan analisis linear berganda dengan bantuan SPSS versi. 25.

Hasil penelitian secara simultan juga terdapat pengaruh yang signifikan antara Keputusan Berkunjung, Daya Tarik dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Depati Coffee Desa Sumur Gedang dengan $F_{hitung} (13,846) > F_{tabel} (2,72)$, dimana besarnya pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Daya Tarik dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung berpengaruh signifikan terhadap Wisata Depati Coffee Desa Sumur Gedang sebesar 43,4%.

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

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH,
ATTRACTIVENESS, AND FACILITIES ON VISITING
DECISION AT DEPATI COFFEE
TOURISM OBJECT***

AZIZAH AFRILIA PUTRI

***Marketing Management Study Program Sakti Alam Kerinci College of
Economics***

Abstract

This research aims to determine: 1) To find out the influence of Electronic Word Of Mouth on the decision to visit the Depati Coffee Tourism Object and how much its influence partially. 2) To find out the influence of Attractiveness on the decision to visit the Depati Coffee Tourism Object and how much its influence partially. 3) To find out the influence of Facilities on the decision to visit the Depati Coffee Tourism Object and how much its influence partially. 4) To find out the influence of Electronic Word Of Mouth, Attractiveness, and Facilities on the decision to visit the Depati Coffee Tourism Object and how much its influence simultaneously. The type of research used is quantitative. The population in this study is all visitors to the Depati Coffee Tourism Object whose number is unknown. The sampling method in this research is accidental sampling method. Based on the calculation, the minimum sample used is 80 samples. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis technique using multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 25. The results of the study simultaneously also showed a significant influence between the decision to visit, Attractiveness, and Facilities on the decision to visit Depati Coffee Tourism Object in Sumur Gedang Village with $F_{count} (13.846) > F_{table} (2.72)$, where the magnitude of the influence of Electronic Word of Mouth, Attractiveness, and Facilities on the decision to visit Depati Coffee Tourism Object has a significant effect on Sumur Gedang Village by 43,4%.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Attractiveness, Facilities, Visiting Decision