

## ABSTRAK

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, CITRA DESTINASI, DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT KUNJUNG WISATAWAN**

Studi pada Wisatawan Di Jembatan Gantung Situ Gunung, Sukabumi, Jawa Barat

Yoanita Dwi Aryanti

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) pengaruh *electronic word of mouth*, citra destinasi dan motivasi terhadap minat kunjung wisatawan, 2) pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat kunjung wisatawan, 3) pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjung wisatawan, 4) pengaruh terhadap minat kunjung wisatawan. Populasi dalam penelitian ini adalah warga Jawa Barat yang sudah mengetahui Jembatan Gantung Situ Gunung Sukabumi melalui media sosial, sampel dalam penelitian ini adalah orang yang belum pernah berkunjung ke Jembatan Gantung Situ Gunung Sukabumi, Jawa Barat dan mengetahui wisata Jembatan Gantung Situ Gunung Melalui media sosial *Instagram, Twitter dan Facebook*. Penelitian ini menggunakan sampel 100 (seratus) responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner *online* dan wawancara. Metode analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *electronic word of mouth*, citra destinasi dan motivasi secara simultan berpengaruh positif terhadap minat kunjung, (2) *electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap minat kunjung, (3) citra destinasi berpengaruh positif terhadap minat kunjung, (4) motivasi berpengaruh positif terhadap minat kunjung.

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, Citra destinasi, Motivasi dan Minat Kunjung

**ABSTRACT**  
**THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DESTINATION**  
**IMAGE, AND MOTIVATION TOWARDS REVISIT INTEREST**

Study on Situ Gunung's Suspension Bridge

Yoanita Dwi Aryanti

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2019

This study aimed to find out : 1) the influence of electronic word of mouth, destination image and motivation on revisit interest, 2) the influence of electronic word of mouth on revisit interest, 3) the influence of destination image on revisit interest, 4) the influence of motivation on revisit interest. The population in this research are resident of West Java who already know the tourism object of Situ Gunung Suspension Bridge, West Java through social media. The sample in this research are resident who had never visited to Situ Gunung Suspension Bridge and know about Situ Gunung Suspension Bridge through Instagram, Twitter and Facebook. This study employed a sample of 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The data collection techniques used were questionnaire and interviews. The method of data analysis used multiple linear regression analysis techniques, classical assumption test, F test, t test.

The result of the study shows that 1) electronic word of mouth, destination image and motivation simultaneously had positive influence towards revisit interest, (2) electronic word of mouth had positive influence towards revisit interest, (3) destination image had positive influence towards revisit interest (4) motivation had positive influence towards revisit interest.

Keywords : Electronic Word of Mouth, Destination Image, Motivation and Revisit Interest