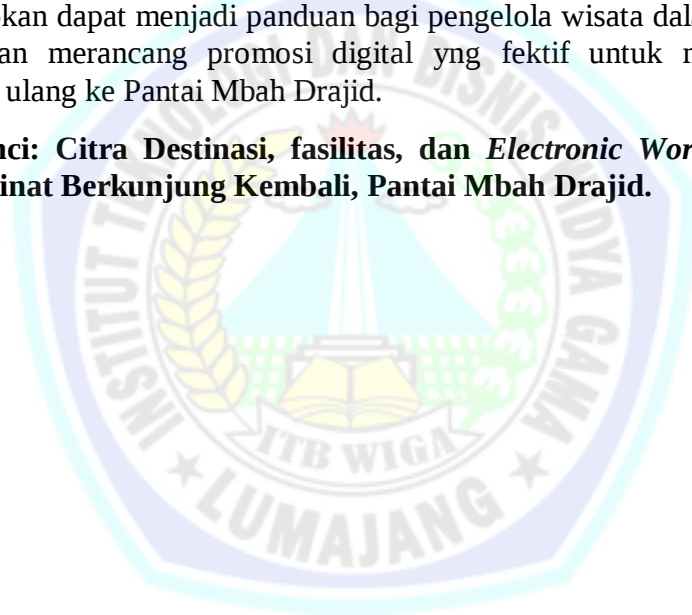


ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh variabel citra destinasi, fasilitas, serta pemasaran dari mulut ke mulut secara elektronik menggunakan media sosial (E-WOM) terhadap intensi wisatawan untuk kembali mengunjungi Pantai Mbah Drajid di Desa Wotgalih, Kecamatan Yosowilangun, Kabupaten Lumajang. Dikenal dengan pemandangan lautnya yang memukau, Pantai Mbah Drajid menarik banyak wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, dan data analisis menggunakan regresi linier berganda. Sebanyak 96 kuesioner disebarkan kepada wisatawan yang sedang berkunjung di Pantai Mbah Drajid untuk pengumpulan data. Ditemukan bahwa ketiga variabel independen secara signifikan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali, baik secara parsial maupun simultan. Citra destinasi yang positif, kelengkapan fasilitas, dan penyebaran testimoni melalui media sosial berperan penting dalam menarik minat wisatawan untuk kunjungan berulang. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pengelola wisata dalam meningkatkan layanan dan merancang promosi digital yang efektif untuk mendorong minat kunjungan ulang ke Pantai Mbah Drajid.

Kata Kunci: Citra Destinasi, fasilitas, dan *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Minat Berkunjung Kembali, Pantai Mbah Drajid.



ABSTRACT

This study analyzes the influence of destination image, facilities, and electronic word-of-mouth marketing (E-WOM) on tourists' intention to revisit Mbah Drajid Beach in Wotgalih Village, Yosowilangun District, Lumajang Regency. Known for its stunning sea views, Mbah Drajid Beach attracts many tourists. This study uses a quantitative approach with descriptive methods, and data analysis uses multiple linear regression. A total of 96 questionnaires were distributed to tourists visiting Mbah Drajid Beach for data collection. It was found that all three independent variables significantly influence tourists' intention to revisit, both partially and simultaneously. A positive destination image, complete facilities, and the dissemination of testimonials through social media play an important role in attracting tourists' interest in repeat visits. This study is expected to be a guide for tourism managers in improving services and designing effective digital promotions to encourage repeat visits to Mbah Drajid Beach

Keyword: tination Image, Facilities, and Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Revisit Interest, Mbah Drajid Beach.

