

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN DAYA TARIK
WISATA TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG
PADA WISATA AGRO KEBUN TEH KERTOWONO KECAMATAN
GUCIALIT LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk

memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Oleh

KHOIRIL ABAS

NIM. 216122399

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYAGAMA LUMAJANG**

2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung pada kebun teh kertowono. Sampel yang diambil sebanyak 45 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisa data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang. Dan secara parsial *electronic word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung, sedangkan daya tarik wisata secara parsial berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung.

Kata kunci : *Electronoc Word of Mouth*, Daya Tarik Wisata, Keputusan Berkunjung



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of electronic word of mouth and tourist attraction on the decision of tourists visiting the agro tourism of Kertowono Tea Plantation, Lumucitite District, Lumajang. The population in this study were tourists visiting the Kertowono Tea Plantation. Samples taken as many as 45 respondents. Sampling using accidental sampling technique. Data collection techniques using a questionnaire. Data analysis uses multiple linear regression analysis techniques. The results of this study indicate that together electronic word of mouth and tourist attraction affect the decision of tourists to visit the agro tourism Kertowono tea plantation, Lumucitite district of Lumajang. And partially electronic word of mouth does not affect the decision of tourists visiting, while tourist attraction partially influences the decision of tourists visiting.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Travel Attractions, Visiting Decisions*

