

## ABSTRAK

### DAMPAK KOMUNIKASI e-WOM PADA NIAT BERKUNJUNG TAMAN NASIONAL WAY KAMBAS

Oleh

ACHMAD YUSUF VIDYAWAN

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak komunikasi eWOM terhadap niat berkunjung Taman Nasional Way Kambas dan pengaruh eWOM terhadap kepercayaan serta pengaruh kepercayaan terhadap niat berkunjung.

Populasi dalam penelitian ini terdiri atas seluruh orang yang ingin mengunjungi objek wisata Taman Nasional Way Kambas dan pernah membaca review online tentang Taman Nasional Way Kambas. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan 170 kuesioner dianalisis dengan melakukan pemodelan persamaan struktural (SEM) di SmartPLS 3.2.6.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yaitu eWOM berpengaruh signifikan dan positif hubungannya terhadap niat berkunjung. Kemudian, hasil penelitian ini juga mendukung hipotesis kedua, yaitu eWOM berpengaruh signifikan dan positif hubungannya terhadap kepercayaan. Serta penelitian ini juga mendukung hipotesis ketiga yaitu kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif hubungannya terhadap niat berkunjung.

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut beberapa saran yang diajukan kepada pengelola Taman Nasional Way Kambas, yaitu: Pihak pengelola objek wisata Taman Nasional Way Kambas supaya dapat melakukan perawatan secara rutin terhadap sarana yang ada di objek wisata sehingga orang yang datang berkunjung merasa puas dan dapat merekomendasikan secara eWOM objek wisata tersebut agar dapat dikunjungi oleh saudara atau kerabat serta dapat lebih aktif lagi dalam mempromosikan objek wisata Taman Nasional Way Kambas melalui *website*, dimana peneliti menilai selama ini *website* resmi yang dimiliki kurang interaktif dengan pengunjung *website*. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menampilkan testimoni wisatawan yang telah melakukan kunjungan wisata ke Taman Nasional Way Kambas dan merespon dengan cepat setiap pertanyaan yang diajukan calon wisatawan dan juga membuat *customer rating*.

**Kata kunci:** eWOM, Kepercayaan, Niat Berkunjung.

## **ABSTRACT**

### ***The Impact of eWOM Communication on Intention to Visit Way Kambas National Park***

***By***

***ACHMAD YUSUF VIDYAWAN***

*This study aims to investigate the impact of eWOM communication on the intention of visiting Way Kambas National Park and the impact of eWOM on trust and the influence of trust on visiting intentions. The population in this study consists of all the people who want to visit the attractions of Way Kambas National Park and have read the online review of Way Kambas National Park. Data were collected through questionnaires and 170 questionnaires were analyzed by performing structural equation modeling (SEM) in SmartPLS 3.2.6.*

*The results of this study supports the first hypothesis of eWOM have a significant and positive impact on the intention of visiting. Then, the results of this study also supports the second hypothesis, namely eWOM has a significant and positive influence on trust. And this research also supports the third hypothesis that beliefs have a significant and positive impact on the intention of visiting.*

*Based on the results of this study, the following suggestions were submitted to Way Kambas National Park organizer: The management of Way Kambas National Park tourist attraction in order to be able to perform routine maintenance of the existing facilities in the tourist attraction so that people who come to visit feel satisfied and can recommend eWOM tourist attraction to be visited by relatives and can be more active in promoting the attractions of Way Kambas National Park through the website, where researchers assess during this official website owned less interactive with website visitors. This can be done by displaying testimonials of tourists who have made a trip to Way Kambas National Park and respond quickly to any questions posed by potential tourists and also create a customer rating.*

***Keywords: eWOM, Trust, Intention to Visit***