

## ABSTRAK

### **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAYA TARIK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi pada Pengunjung Pantai Tanjung Setia, Pesisir Barat)**

Oleh  
Fajria Hanifa

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* daya tarik, dan lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Tanjung Setia Kabupaten Pesisir Barat. Penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Pantai Tanjung Setia. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 orang. Data diperoleh dengan menggunakan skala *likert*, di mana hasil analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, uji f, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth*, daya tarik, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Tanjung Setia Kabupaten Pesisir Barat. Dengan demikian, penulis menarik kesimpulan bahwa, pengelola pantai agar dapat meningkatkan promosi, memperbaiki, dan menambah fasilitas pendukung supaya pengunjung lebih nyaman melakukan kunjungannya ke Pantai Tanjung Setia.

**Kata Kunci :** *Electronic Word of Mouth*, Daya Tarik, Lokasi, Keputusan Berkunjung

## **ABSTRACT**

### ***EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, ATTRACTION AND LOCATION ON VISITING DECISIONS (Study on Visitors to Tanjung Setia Beach, West Coast)***

By.  
Fajria Hanifa

*This study aims to determine the effect of electronic word of mouth, attractiveness, and location on the decision to visit tourists to Tanjung Setia Beach, Pesisir Barat Regency. The research used is explanatory research with a quantitative approach. The population of this study are visitors to Tanjung Setia Beach tourism object. The sampling technique in this study was using purposive sampling with a sample size of 100 people. The data was obtained using a Likert scale, where the results of data analysis used multiple linear regression analysis, f test, t test, and coefficient of determination. The results of the study show that electronic word of mouth, attractiveness, and location affect the decision to visit tourists to Tanjung Setia Beach, Pesisir Barat Regency. Thus, the authors draw the conclusion that, beach managers in order to increase promotion, improve, and add supporting facilities so that visitors are more comfortable visiting Tanjung Setia Beach.*

***Keywords : Electronic Word of Mouth, Attraction, Location, Visiting Decision***