

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of electronic word of mouth, destination image, and tourist attraction on interest in visiting Kampung Naga tourism objects in Tasikmalaya Regency. The object of this research is tourists who have never visited Kampung Naga attractions. The study sample consisted of 120 respondents. The sampling technique in this study was a questionnaire and the data sources used were primary data. The analysis of the data used is quantitative descriptive analysis. Data analysis was performed using Partial Least Square (PLS) analysis with the SmartPLS 3.0 program. The results of the study showed that electronic word of mouth and tourist attraction had a positive and significant effect on visiting interest, while the destiny image had no effect on visiting interest. Therefore, the accepted assumption is that there are two independent variables that support the hypothesis and one independent variable that does not support the hypothesis.

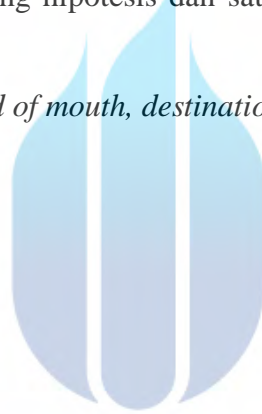
Keywords: electronic word of mouth, destination image, tourist attraction, interest in visiting



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth*, *destination image*, dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ke objek wisata Kampung Naga di Kabupaten Tasikmalaya. Objek pada penelitian ini adalah wisatawan yang belum pernah berkunjung ke objek wisata Kampung Naga. Sampel penelitian terdiri dari 120 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah kuisioner dan sumber data yang digunakan adalah data primer. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan program SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, sedangkan *destinasion image* tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung. Oleh karena itu, asumsi yang diterima adalah ada dua variabel independen yang mendukung hipotesis dan satu variabel independen yang tidak mendukung hipotesis.

Kata kunci: *electronic word of mouth*, *destination image*, daya tarik wisata, minat berkunjung.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA