

ABSTRACT

This research aims to review and analyze whether Electronic Word of Mouth, destination image, tourist attraction and have a positive and significant impact on interest in visiting Sawahlunto in town for a visit. A scale of measurement in likert scale was used in the study of sports and in uses the method PLS-SEM (Partial Least Square-Structural Equation Modelling). Population in this research is perantau west sumatra that is in indonesia have a desire for sawahlunto in town for a visit and sample a total of 130 respondents. The result of this research is Electronic Word of Mouth has positive and significant impact on interest visit, destination image has positive impact but not significantly to interest visit, tourist attraction has a positive and significant impact on interest Sawahlunto town for a visit.

Keyword : Electronic Word of Mouth, Destination Image, Tourist Attraction, Sawahlunto City.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Electronic Word of Mouth*, *Destination Image*, dan Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan pada minat berkunjung ke Kota Sawahlunto. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert dan diolah menggunakan metode PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Modelling*). Populasi dalam penelitian ini adalah perantau Sumatera Barat yang berada di Indonesia yang memiliki keinginan untuk berkunjung ke Kota Sawahlunto dan sample berjumlah 130 responden. Hasil penelitian ini adalah *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, *Destination Image* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat berkunjung, dan Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Kota Sawahlunto.

Kata kunci : *Electronic Word of Mouth*, *Destination Image*, Daya tarik wisata, Kota Sawahlunto.

