

ABSTRAK

Aprilliana Kusumaningrum. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Harga Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Tawun Kabupaten Ngawi. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (1) Dr. Apriyanti S.E., M.M., CPSMM. Pendamping (II) Indra Ayu Fatmala S.E., M.M., CPSMM.

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh Citra Destinasi Fasilitas Wisata, Harga dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Tawun Kabupaten Ngawi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 384 orang. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan sampel *lemeshow*. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui *google form*. Teknik analisis data menggunakan alat uji berupa *Structural Equatiom Modeling* (SEM) dengan smartPLS Versi 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Destinasi berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Tawun Kabupaten Ngawi, Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Tawun Kabupaten Ngawi, Harga berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Tawun Kabupaten Ngawi dan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Tawun Kabupaten Ngawi.

Kata Kunci : Citra Destinasi Fasilitas Wisata, Harga, *Electronic Word of Mouth* dan Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

The Influence of Destination Image, Tourist Facilities Prices and Electronic Word of Mouth towards the Decision to Visit Tawun Tourism Park, Ngawi Regency.

This research aimed to prove empirically the influence of destination image of tourist facilities, prices and electronic word of mouth towards the visit decision to Tawun Tourism Park, Ngawi Regency. This research was a quantitative study with a sample size of 384 people. The sampling method was using lemeshow samples. Data collection used a questionnaire distributed via Google Form. The data analysis technique used a test tool in the form of Structural Equation Modeling (SEM) with smartPLS Version 3.0.

The results of this research show: Destination Image influences the Decision to Visit Tawun Tourism Park, Ngawi Regency. Tourist Facilities influence the Decision to Visit Tawun Tourism Park, Ngawi Regency. Price influences the Decision to Visit Tawun Tourism Park, Ngawi Regency. In addition, Electronic Word of Mouth influences Visit Decisions to Tawun Tourist Park, Ngawi Regency.

Keywords: Destination Image, Tourist Facilities, Prices, Electronic Word of Mouth, Decision to Visit.