

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata sekarang ini sudah menjadi kebutuhan masyarakat di berbagai lapisan tidak hanya bagi kelompok masyarakat tertentu saja sehingga, dalam pengelolaannya harus dilakukan secara serius serta memerlukan keterlibatan semua pihak yang berkepentingan. Objek wisata dapat menjadi potensi yang sangat baik bagi daerahnya jika dikelola dengan maksimal. Salah satu upaya pengembangan pariwisata adalah dengan melakukan promosi, promosi ini diharapkan agar masyarakat luas mengetahui potensi wisata dan menimbulkan minat wisatawan. Industri pariwisata berlomba-lomba untuk menciptakan produk wisata yang lebih beragam dari sudut pandang kelestarian objek itu sendiri sesuai dengan tujuan pengembangan pariwisata untuk memperkenalkan keindahan alam, budaya, dan adat istiadat yang beragam.

Secara global WTO atau *World Tourism Organization*, pada tahun 2001 menunjukkan bahwa sektor pariwisata memberikan kontribusi sebesar 11% bagi produk domestik bruto dunia dengan menyerap sekitar 200 juta orang sejak 1950 sampai 1998 (Nurmansyah, 2014). Indonesia sendiri merupakan negara kepulauan dengan beragam potensi wisata alamnya. Pariwisata merupakan sektor potensial jika ditinjau dari pengembangan ekonomi dan sosial budaya, dari pariwisata akan mendorong peningkatan pendapatan masyarakat, terbukanya lapangan pekerjaan sekaligus dapat melestarikan lingkungan. Di Indonesia sendiri dilansir dari website Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo) mencatat sektor pariwisata pada

tahun 2014 menyumbangkan sekitar US\$ 10 miliar devisa Negara menduduki posisi ke empat setelah batu bara, minyak bumi dan kelapa sawit. Hal ini menjadi bukti bahwa sektor pariwisata mempunyai peranan besar dalam perekonomian di Indonesia.

Pariwisata sendiri sebagai salah satu penyumbang ekonomi yang tidak pernah hilang seiring berjalannya waktu, karena pariwisata dapat secara fleksibel mengikuti perubahan yang ada. Industri pariwisata sendiri terus terus berkembang di pasar global, termasuk di Indonesia dengan beragam budaya dan kekayaan alam yang dimilikinya, menjadikan negara kepulauan yang di kelilingi garis katulistiwa ini tak ada habisnya untuk menjajaki berbagai peluang pariwisatanya. Wisata yang ada di Indonesia mempunyai peluang untuk bersaing dengan banyak tempat wisata terkenal di dunia. Pengembangan pariwisata tidak terbatas pada pengembangan satu destinasi saja namun, sebagai destinasi wisata semua hal yang terdapat dalam kondisi daerah wisata dapat dikembangkan. Keadaan geografis yang menjadikan Indonesia mempunyai pantai, gunung, lautan dan keanekaragaman lainnya sangat potensial untuk menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang di kenal dunia.

Mengembangkan suatu daerah tujuan wisata baiknya memperhatikan seluruh aspek yang ada, hal ini diharapkan agar dapat memberikan hasil yang positif bagi daerah wisata itu sendiri, hal ini pula mencegah penguasaan daerah wisata oleh pihak luar atau asing. Entitas mereka yang ingin mengembangkan pariwisata demi pembangunan justru melakukan hal sebaliknya pertama, pengembangan wisata budaya adalah pengembangan pariwisata yang

memberikan akses kepada wisatawan terhadap budaya lokal sehingga mereka mengetahui seperti apa dan bagaimana budaya lokal itu terbentuk. Perkembangan potensi budaya tidak lahir begitu saja namun, sudah berkembang di berbagai wilayah nusantara. Walaupun pariwisata bersifat fleksibel dalam pengembangannya namun, tetap harus dilestarikan. memperhatikan aspek sosial, adat istiadat yang ada dalam masyarakat secara turun-temurun, terutama peraturan-peraturan yang tercipta sejak dahulu dari berbagai kebudayaan yang dibentuk oleh nenek moyang.

Provinsi Jawa Timur memiliki banyak potensi wisata yang meliputi pegunungan, sungai, pantai, hutan dan masih banyak lagi kekayaan alam yang menjadi ciri khas Provinsi Jawa Timur. Salah satu daerah di Jawa Timur yang mempunyai keindahan dan kekayaan alama adalah Kabupaten Pacitan, yang terletak di ujung Jawa Timur. Kabupaten yang mempunyai 12 kecamatan inimenjadi salah satu tujuan wisatawan untuk berlibur hal ini dikarenakan banyak pilihan tempat wisata alam yang ada. Meskipun menyandang julukan “Kota 1001 Goa” Pacitan memiliki beberapa destinasi wisata alam lainnya seperti pantai, sungai, perbukitan, hutan dan masih banyak lagi yang sangat indah.

No	Obyek Wisata	Jumlah Pengunjung
1.	Banyu Anget	43.893
2.	Beji Park	25.866
3.	Goa Gong	102.377
4.	Goa Tabuhan	7.465
5.	Luweng jaran	0
6.	Luweng Ombo	0
7.	Monumen Jendral Sudirman	20.686
8.	Museum Geopark	0
9.	Museum Song Terus	34.459
10.	Pantai Banyu Tibo	3.818
11.	Pantai Buyutan	9.651
12.	Pantai Klayar	220.417
13.	Pantai Ngibroboyo	25.472
14.	Pantai Pancer Dorr	85.307
15.	Pantai Pangasan	19.330
16.	Pantai Pindakan	31.375
17.	Pantai Soge	55.881
18.	Pantai Srau	80.790
19.	Pantai Taman	11.292
20.	Pantai Telengria	195.379
21.	Pantai Watukarung	167.938
22.	Sentono Genthong	26.669
23.	Sungai Maron	132.304
24.	Watu Bale	6.448

Tabel 1. 1Data Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Pacitan Tahun 2023
Sumber: BPS Kabupaten Pacitan Tahun 2024

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa beberapa tempat wisata di Kabupaten Pacitan, diantaranya Banyu Anget, Beji Park, Goa Gong, Goa Tabuhan Luweng Juran, Luweng Ombo, Monumen Jendral Soedirman, Museum Geopark, Museum Song Terus, Pantai Banyu Tibo, Pantai Buyutan, Pantai Klayar, Pantai Ngibroboyo, Pantai Pancer Door, Pantai Pindakan, Pantai Soge, Pantai Srau, Pantai Taman, Pantai Telengria Pantai Watukarung, Sentono Genthong, Sungai Maron, Watu Bale. Jumlah wisata mancanegara dan domestik pada tahun 2023 cukup meningkat selain itu diketahui jumlah pengunjung

Sungai Maron pada tahun 2023 mencapai 132,304 pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa Sungai Maron menjadi salah satu destinasi wisata dengan pengunjung yang besar.

Salah satu tempat wisata yang berada di Kabupaten Pacitan yakni Sungai Maron merupakan nama sebuah sungai yang ada di Kabupaten Pacitan yang memiliki air yang sangat jernih dan juga bersih. Sungai berwarna kehijauan jernih dan sangat eksotis sehingga mendapat julukan *Green Canyon* nya Pacitan dan “*The Indonesia’s Amazon*”. Secara administratif, Sungai Maron ini terletak di Desa Dersono, Kecamatan Pringkuku, Pacitan, Jawa Timur. Untuk dapat sampai ke Sungai Maron wisatawan harus melakukan perjalanan kurang lebih 45 menit dari Kabupaten Pacitan. Sungai Maron sendiri awalnya hanya sungai biasa. Di mana air nya yang sangat jernih dimanfaatkan warga setempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari khususnya untuk pengairan sawah. Namun, pada tahun 2022 diperkirakan 113.279 wisatawan yang datang untuk mengunjungi Sungai Maron dan sampai sekarang masih banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung ke Sungai Maron.

Tabel 1. 2Data Harga Tiket Masuk Destinasi Wisata Pacitan

No	Destinasi Wisata	Harga Tiket	
		Anak-Anak	Dewasa
1.	Pantai Pancer Dorr	Rp. 4.000,00	Rp. 5.000,00
2.	Pantai Srau	Rp.5.000,00	Rp. 10.000,00
3.	Pantai Klayar	Rp.10.000,00	Rp. 15.000,00
4.	Pantai Watukarung	Rp.5.000,00	Rp. 15.000,00
5.	Pantai Taman	Rp.5.000,00	Rp. 10.000,00
6.	Pantai Buyutan	Rp. 5.000,00	Rp. 10.000,00
7.	Goa Gong	Rp. 5.000,00	Rp. 20.000,00
8.	Goa Tabuhan	Rp. 5.000,00	Rp. 10.000,00
9.	Pemandian Air Hangat	Rp. 5.000,00	Rp. 15.000,00
	Spa Banyu Anget	Rp. 10.000,00	Rp. 15.000,00

	Bath Up Banyu Anget	Rp. 10.000,00	Rp. 15.000,00
10.	Pantai Ngibroboyo	Rp. 0	Rp. 10.000,00
	Susur Sungai 1 Perahu	Rp. 100.000,00	Rp. 100.000,00
	Sewa 1 Paddleboard/Jam	Rp. 50.000,00	Rp. 50.000,00
11.	Pantai Pidakan	Rp.0	Rp. 10.000,00
12.	Pantai Pangasan	Rp.0	Rp. 10.000,00
	Camping	Rp.0	Rp. 10.000,00
13.	Pantai Teleng Ria	Rp. 5.000,00	Rp. 10.000,00
14.	Sentono Genthong	Rp.0	Rp. 10.000,00
15.	Beiji Park	Rp. 5.000,00	Rp. 15.000,00
16.	Sungai Maron	Rp.0	Rp. 5.000,00
	Perahu Maron 4 Orang	Rp. 100.000,00	Rp. 100.000,00
17.	Pantai Soge	Rp. 0	Rp. 10.000,00
18.	Pantai Mbenges	Rp. 0	Rp. 10.000,00
19.	Pantai Banyu Tibo	Rp. 0	Rp. 10.000,00
20.	Pantai Watu Bale	Rp. 0	Rp. 10.000,00
21.	Goa Selo Arum	Rp. 0	Rp. 15.000,00

Sumber:Instagramdisparbudporapacitan

Gambar diatas menunjukkan daftar harga tiket masuk destinasi wisata di Kabupaten Pacitan dari yang paling murah sampai yang cukup mahal. Sungai Maron sebagai salah satu wisata masuk dalam kategori murah, hal ini dikarenakan tiket masuknya dibandrol dengan harga Rp5.000 per orang, dan untuk parkir kendaraan roda dua adalah Rp3.000 dan untuk kendaraan roda empat Rp5.000 Sedangkan untuk sewa perahu Rp100.000 untuk 4-5 orang penumpang. Tempat wisata lainnya yang berada di Kabupaten Pacitan mempunyai kisaran harga tiket masuk antara Rp10.000 sampai Rp20.000 per orang dewasa. Dengan harga yang terbilang cukup murah maka akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke Sungai Maron.

Minat berkunjung merupakan rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata yang menarik untuk dikunjungi dengan tujuan untuk rekreasi dan hiburan (Novitaningtyas et al., 2022). Minat inilah yang mendorong

seseorang untuk menaruh perhatian pada orang lain atau pada objek lain. Minat adalah motivasi seseorang untuk melakukan kegiatan yang disukai yang akan berdampak terhadap peningkatan pangsa pasar. Menurut (Ningrum, 2023) terdapat beberapa alasan yang mendasari minat pengunjung diantaranya keaktifan wisatawan mencari informasi produk, kemantapan untuk berkunjung, serta keputusan untuk berkunjung. Sebelum mengunjungi destinasi wisata Sungai Maron sebagian besar wisatawan akan mencari informasi tentang tujuan wisata sehingga akan menambah minat dan kemantapan untuk berkunjung ke Sungai Maron. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat berkunjung adalah e-WOM.

Godsmith dalam (Bryan et al., 2023) menjelaskan bahwa E-WOM adalah perbincangan antar responden satu dengan yang lainnya melalui internet, dimana pengguna internet mengirimkan dan menerima informasi mengenai suatu produk. *Electronic Word of Mouth* berperan penting dalam minat berkunjung wisatawan dimana dengan adanya postingan-postingan tentang objek wisata di media sosial, *Youtube, TikTok, Instagram*, ulasan-ulasan *review* lain dari wisatawan yang pernah mengunjungi tempat wisata tersebut.

Beberapa parameter dari e-WOM adalah relevansi, akurasi, ketepatan waktu, dan kelengkapan. Sungai Maron sendiri mempunyai akun Instagram, akun TikTok dan aktif mengunggah konten-konten mengenai Sungai Maron dari situlah orang-orang banyak mencari informasi di postingan yang telah diunggah ada banyak komentar-komentar dari banyak orang yang ingin berkunjung atau yang sudah pernah berkunjung ke Sungai Maron dari sinilah

orang-orang akan mendapatkan informasi mengenai wisata Sungai Maron yang akan meningkatkan kesan dari sebuah destinasi wisata tersebut.

Media Sosial Instagram telah menjadi *platform* yang sangat populer di kalangan pengguna internet di seluruh dunia. Sebagai layanan berbagi foto dan video yang diluncurkan pada tahun 2010, Instagram berhasil mengumpulkan basis pengguna yang sangat besar dan terus berkembang dari waktu ke waktu. Dengan peningkatan fitur-fitur yang inovatif dan berfokus pada visual, Instagram telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari banyak orang. Salah satu alasan utama popularitas Instagram adalah kesederhanaannya. Pengguna dapat dengan mudah membagikan momen-momen penting dalam hidup mereka dengan keluarga, teman, dan pengikut mereka dengan cepat dan mudah. *Platform* ini juga memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menemukan dan terhubung dengan konten yang relevan dengan minat mereka melalui fitur pencarian dan rekomendasi. Informasi yang didapat dari media sosial Instagram beragam. Misalnya dalam bidang kuliner, bidang wisata, informasi acara-acara yang akan diadakan di Kota Bandung, dan berbagai produk yang dipasarkan melalui media social responden dapat memilih beberapa pilihan informasi.

Informasi yang paling banyak dicari adalah informasi mengenai tempat-tempat wisata dengan perolehan sebesar 85% dan disusul dengan informasi mengenai dunia kuliner sebesar 80%. Sedangkan 60% masyarakat menggunakan media sosial Instagram untuk mencari informasi mengenai acara-acara yang terdapat di suatu kota dan 65% untuk mencari akun-akun yang

menjual berbagai produk konsumsi. Fitur-fitur dalam media sosial Instagram ini adalah indikator yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Bambang (2012:53) dalam bukunya *Instagram Handbook* menyatakan indikator dari media social yaitu Pembuatan konten, berbagi konten, menghubungkan, dan pembangunan komunitas.

Sungai Maron memiliki akun Instagram dengan nama “sungaimaronofficial_” yang memiliki 5.387 lebih pengikut dan telah memosting sekitar 572 postingan selain itu juga ada akun dengan nama “sungaimaron_jokiperahu” yang memiliki 937 pengikut dan 231 postingan. Di Instagram para calon pengunjung bisa mencari informasi seperti lokasi, harga tiket masuk, dan konten-konten yang telah diunggah dengan mencantumkan hastag ataupun nama tempat tersebut. Dari sinilah media sosial mejadi peran penting dari sebuah destinasi wisata. Semakin banyak konten-konten yang diunggah dan dengan berbagai komentar yang pengguna lain maka akan meningkatkan kesan dari sebuah destinasi wisata dan akan meningkatkan keinginan wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Peningkatan keinginan berwisata ini bisa timbul karena adanya profil wisatawan dan kesadaran wisata yang mendorong calon wisatawan melakukan pencarian informasi sehingga terbesit pemikiran wisatawan sebagai citra awal destinasi (Adam, 2022). Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta dan kenyataan (Rohmania, 2022). Citra destinasi adalah persepsi individu terhadap

karakteristik wisata yang dapat mempengaruhi oleh informasi promosi masa serta banyak faktor lainnya (Rifai, 2020).

Pariwisata dapat dikembangkan karena memiliki citra destinasi, yang diartikan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia merupakan sumber daya yang dijadikan potensi untuk dikembangkan guna mendukung pariwisata. Citra Destinasi merupakan industri jasa yang tidak berwujud, namun dianggap lebih penting daripada keadaan objek yang sebenarnya (Pantai, 2024). Citra Destinasi Pariwisata yang di gambarkan melalui informasi, akan sangat memengaruhi citra destinasi yang dipersepsikan oleh wisatawan. Jika Citra Destinasi yang di suatu destinasi wisata dapat dikelola dengan baik, maka akan menghasilkan kepuasan wisatawan. Wisatawan yang datang, cenderung puas jika destinasi wisata yang mereka kunjungi sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Menurut (Paludi, 2012) citra destinasi dilihat dari beberapa hal diantaranya, yaitu aksesibilitas, lingkungan, dan relaksasi. Akses jalan menuju kawasan objek wisata Sungai Maron sendiri cukup mudah di jangkau walaupun sedikit berliku-liku. Kondisi jalannya ada yang sudah beraspal bagus dan ada yang beraspal rusak banyak juga masyarakat yang melewati kawasan Sungai Maron dengan alasan sambil melihat pemandangan perbukitan dan hutan-hutan yang indah dan menarik. Lingkungan sekitar Sungai Maron menawarkan pemandangan unik dan menarik yang berbeda dari sungai lainnya. Khususnya

di tepian sungai yang ditumbuhi pohon palem, tanaman liar tumbuh lebat di tepian sungai, dan jika beruntung, Anda bisa melihat biawak kecil berenang riang di Sungai Maron. Jika pengunjung ingin memancing, pengunjung juga bisa memancing di tepian sungai. Suasana ini menciptakan lingkungan yang sejuk dan tenang, cocok untuk relaksasi.

Untuk meningkatkan minat berkunjung ke Sungai Maron Kabupaten Pacitan ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat untuk berkunjung, diantaranya yaitu *e-WOM*, media social Instagram, dan citra destinasi. Namun ada penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang berbeda penelitian yang dilakukan oleh (Toffi, a., 2024) dengan judul Peran E-Wom Dalam Memoderasi Pengaruh Motivasi dan Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Destinasi Pantai. Mengungkapkan hasil penelitiannya bahwa, Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, yang artinya bahwa jika motivasi meningkat maka minat berkunjung wisatawan juga akan meningkat. Citra destinasi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan yang artinya bahwa jika citra destinasi meningkat maka minat berkunjung juga akan meningkat tetapi tidak secara signifikan. *E-WOM* tidak dapat memoderasi hubungan antara motivasi dan minat berkunjung wisatawan.

Selain itu ada penelitian dari (Rohmania, 2022) dengan judul Pengaruh Citra Destinasi, Motivasi Wisatawan dan *E-Wom* Negatif Terhadap Niat Berkunjung Ulang. Hasil dari penelitian ini adalah tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara citra destinasi terhadap niat berkunjung

ulang pada wisatawan Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. Adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara motivasi wisatawan terhadap niat berkunjung ulang pada wisatawan Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. Dan adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara *e-WOM* negatif terhadap niat berkunjung ulang pada wisatawan Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. Pengaruh Citra Destinasi, Motivasi Wisatawan dan *E-Wom* Negatif Terhadap Niat Berkunjung Ulang. (Rohmania, 2022).

Penelitian terdahulu dari Risfandini Andini (2023) yang memiliki tujuan atau maksud hampir sama dengan judul “Pengaruh E-WOM, Citra Destinasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Wisatawan di Kebun Raya Purwodadi”. Hasil dari penelitian ini adalah analisis data E-WOM yang berada di kebun raya Purwodadi tidak berpengaruh dengan kepuasan wisatawan. Hal ini terjadi karena informasi yang diberikan belum cukup lengkap dan tidak terdapat wadah untuk menuliskan kesan wisatawan setelah mengunjungi kebun raya Purwodadi serta kurangnya keaktifan pihak pengelola dalam membalas pertanyaan dan komentar pengguna media sosial kebun raya Purwodadi. Citra berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dengan atribut yang paling diapresiasi adalah keunikan kebun raya Purwodadi. Selanjutnya fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dengan atribut yang paling diapresiasi kemudahan dan kenyamanan fasilitas.

Penelitian yang mendukung adanya pengaruh E-WOM, Media Sosial Instagram, dan Citra Destinasi pada minat berkunjung adalah penelitian yang dilakukan oleh (Kurniasari Agustin, 2019) yang menunjukkan dengan hasil EWOM

memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung melalui media sosial Instagram. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Arrahma Sulistyafani, 2021) menunjukkan bahwa Cita Destinasi memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

Grand Theory of Planned Behaviour (TPB) adalah teori yang akan digunakan dalam penelitian ini, teori ini mengungkapkan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap yang meliputi kepercayaan-kepercayaan normative atau keadaan lingkungan sekitar individu (Survei et al., 2019). Pada teori ini fokus utamanya merupakan *intention* atau niatan individu melakukan perilaku tertentu. Hal ini dapat dikatakan bahwa *theory of planned behavior* ini merupakan perilaku yang ditentukan oleh individu dalam keputusan untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukannya. Dalam penelitian ini adalah bagaimana kecenderungan individu mengambil keputusan untuk memilih tempat wisata Sungai Maron.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka penulis ingin mengeliti mengenai **“Pengaruh E-WOM, Media Sosial Instagram, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung pada Sungai Maron Kabupaten Pacitan”**.

B. Batasan Masalah

Dengan mengingat dan menyadari atas keterbatasan waktu dan pengetahuan yang dimiliki, maka penulis hanya membatasi masalah yang mempengaruhi minat berkunjung, namun dalam penelitian ini, penulis hanya memfokuskan pada tiga faktor saja, yaitu *e-WOM*, media social Instagram, dan

citra destinasi. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah para pengunjung Sungai Maron Kabupaten Pacitan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah e-WOM berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Sungai Maron Kabupaten Pacitan?
2. Apakah media sosial Instagram berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Sungai Maron Kabupaten Pacitan?
3. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Sungai Maron Kabupaten Pacitan?
4. Apakah e-WOM, media sosial Instagram, dan citra wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Sungai Maron Kabupaten Pacitan?

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh e-WOM media sosial Instagram terhadap minat berkunjung pada Sungai Maron Kabupaten Pacitan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Media sosial Instagram terhadap minat berkunjung pada Sungai Maron Kabupaten Pacitan
3. Untuk mengetahui dan menganalisis citra destinasi terhadap minat berkunjung pada Sungai Maron Kabupaten Pacitan

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh e-WOM, media sosial *Instagram* dan citra destinasi terhadap minat berkunjung pada Sungai Maron Kabupaten Pacitan

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian yang penulis lakukan ini adalah:

- a. Kegunaan secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan berpikir dalam bidang manajemen pemasaran terutama adalah mengenai e-WOM media sosial Instagram, citra destinasi, dan minat berkunjung

- b. Kegunaan secara Praktis

Penelitian ini berguna untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan e-WOM, media sosial Instagram, citra destinasi, dan minat berkunjung, selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan promosi yang efektif bagi pemerintah dan pengelola tempat wisata khususnya Sungai Maron untuk meningkatkan pengunjung.

- c. Kegunaan bagi peneliti selanjutnya

hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi ataupun inspirasi untuk melakukan penelitian sejenis dengan mengembangkan variabel yang sudah ada.