

Karmila Djafar Npm.02041711204 Daya Tarik Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Bukit Lona Di Kota Tidore Kepulauan. di bawah bimbingan oleh Ibu Dr. E. Ida Hidayanti SE., M.Si dan Ibu Ririn Damayanti S.E., M.M

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung pada Bukit Lona Tidore Kepulauan. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini adalah masyarakat Kota Tidore Kepulauan atau diluar dari Tidore Kepulauan. Pada Wisata Bukit Lona. Sampel yang digunakan untuk responden dalam penelitian ini berjumlah 60 orang. Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang bersumber dari kuisioner yang disebarakan langsung kepada orang yang pernah berkunjung di Bukit Lona, dan menggunakan alat bantu program SPSS 16. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, daya tarik wisata dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Kata Kunci: Daya tarik wisata, *word of mouth*, keputusan berkunjung

Karmila Djafar NPM. 02041711204. Tourist Attractions And Word Of Mouth Towards The Decision To Visit Lona Hills In The City Of Tidore Islands. Under The Guidance Of Mrs. Dr E. Ida Hidayanti SE., M.Si and Mother Ririn Damayanti S.E., M.M

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of tourist attraction and word of mouth on the decision to visit Lona Hill, Tidore Islands. This type of research uses a quantitative approach. This research is the people of Tidore Islands City or outside of Tidore Islands. At Lona Hill Tourism. The sample used for respondents in this study amounted to 60 people. The data in this study are primary data sourced from questionnaires distributed directly to people who have visited Lona Hill, and using SPSS 16 program tools. The results of this study indicate that tourist attraction has a positive and significant effect on visiting decisions, word of mouth has a positive and significant effect on visiting decisions, tourist attractions and word of mouth have a positive and significant effect on visiting decisions.

Keywords: tourist attraction, word of mouth, decision to visit