

ABSTRAK

Dafa Rival Kusuma. Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Yudharta Pasuruan. Agustus 2023. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Travel Vlog* terhadap Keputusan Berkunjung yang Dimediasi oleh Minat Berkunjung Tempat Wisata di Kabupaten Pasuruan.

Tingkat kunjungan wisatawan di Kabupaten Pasuruan semakin meningkat sepanjang tahun 2022, yakni mencapai 2.378.297 wisatawan. Menurut (Dwinarendra, 2020) meningkatkan promosi wisata salah satunya cara untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke daerah. Pergeseran paradigma inilah WOM melalui internet disebut *electronic word of mouth*. *Travel blogger* juga menjadi salah satu duta pariwisata dengan cara mempromosikan keindahan destinasi wisata di Indonesia dengan membuat konten video perjalanan wisata

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan *travel vlog* terhadap keputusan berkunjung yang di mediasi oleh minat berkunjung. Penelitian ini menggunakan pendekatan *explanatory research* dengan metode kuantitatif. Untuk mengumpulkan data pada penelitian ini dengan cara melalui menyebar kuesioner kepada responden dengan ketentuan 115 sebagai jumlah minimum responden menggunakan metode *purposivesampling*. Teknik analisis data menggunakan software SPSS versi 22, yang mana data tersebut akan di lakukan uji instrumen penelitian dan uji asumsi klasik, menguraikan data dengan analisis deskriptif, melakukan analisis jalur (*path analysis*), setelah itu dilakukan uji hipotesis dan dibahas untuk menjawab dan membuktikan hipotesis yang diajukan.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, *electronic word of mouth* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung, *travel vlog* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, *travel vlog* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, minat berkunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, minat berkunjung tidak dapat memediasi pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung, minat berkunjung tidak dapat memediasi pengaruh *travel vlog* terhadap keputusan berkunjung

Kata kunci: *Electronic Word Of Mouth*, *Travel Vlog*, Minat Berkunjung, dan

Keputusan Berkunjung

SUMMARY

Kusuma's Rival Dafa. Business Administration Study Program, Yudharta University Pasuruan. August 2023. The Effect of Electronic Word of Mouth and Travel Vlogs on Visiting Decisions Mediated by Interest in Visiting Tourist Attractions in Pasuruan Regency.

The level of tourist visits to Pasuruan Regency will increase throughout 2022, reaching 2,378,297 tourists. According to (Dwinarendra, 2020) increasing tourism promotion is one way to increase the number of tourist visits to the area. This paradigm shift WOM through the internet is called electronic word of mouth. Travel bloggers also become tourism ambassadors by promoting the beauty of tourist destinations in Indonesia by creating travel video content

This study aims to determine the effect of electronic word of mouth and travel vlogs on visiting decisions mediated by interest in visiting. This study uses an explanatory research approach with quantitative methods. To collect data in this study by distributing questionnaires to respondents with the provision of 115 as the minimum number of respondents using a purposive sampling method. The data analysis technique uses SPSS software version 22, in which the data will be tested on research instruments and classic assumption tests, describing data with descriptive analysis, conducting path analysis, after that conducting hypothesis testing and discussing to answer and prove the hypotheses filed.

This research concludes that electronic word of mouth has a positive and significant effect on visiting intentions, electronic word of mouth does not have a significant effect on visiting decisions, travel vlogs have a positive and significant effect on visiting intentions, travel vlogs have a positive and significant effect on visiting decisions, intention visiting has a positive and significant effect on visiting decisions, visiting intentions cannot mediate the effect of electronic word of mouth on visiting decisions, visiting intentions cannot mediate the effect of travel vlogs on visiting decisions

Keywords: *Electronic Word Of Mouth, Travel Vlog, Interest in Visiting, and Visit*

Decision