

ABSTRAK

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN FASILITAS WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG (Studi Kasus Di Objek Wisata Kalibiru Kabupaten Kulon Progo)

Diah Dwi Lestari

Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Agama Islam
Universitas Alma Ata Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata Kalibiru Kabupaten Kulon Progo. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Kalibiru Kabupaten Kulon Progo dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan rumus Lemeshow dengan teknik *accidental sampling*.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan uji t menunjukkan variabel independen *electronic word of mouth* (X_1) berpengaruh terhadap minat berkunjung sebesar 3,790 dengan Sig $0,000 < 0,05$ dan fasilitas wisata (X_2) berpengaruh terhadap minat berkunjung sebesar 5,049 dengan Sig $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menggunakan uji F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 23,792 dengan Sig $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{tabel} sebesar 3,94. Hal ini menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $23,792 > 3,94$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen (*electronic word of mouth* dan fasilitas wisata) terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata Kalibiru Kabupaten Kulon Progo.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, Fasilitas Wisata, Minat Berkunjung

ABSTRACT

THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND TOURIST FACILITIES ON VISITING INTERESTS (Case Study At The Kalibiru Tourist Attraction Kulon Progo Regency)

Diah Dwi Lestari

Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Agama Islam
Universitas Alma Ata Yogyakarta

The purpose of this study was to determine the effect of electronic word of mouth and tourist facilities on interest in visiting. The population in this study were visitors to the Kalibiru tourist attraction of Kulon Progo Regency with total sample of 100 respondent taken using Lemeshow formula with accidental sampling technique.

From the result of research conducted using the t tes showed independent variables electronic word of mouth (X_1) have a effect on interest in visiting value 3,790 with Sig $0,000 < 0,05$ and tourist facilities (X_2) have a effect on interest to visiting value 5,049 with Sig $0,000 < 0,05$. The result of research using the F tes showed calculated F value of 23,792 with Sig $0,000 < 0,05$ and the value of F table at 3,94. This show F value $> F$ table is $23,792 > 3,94$ so that it can conclude that there is effect between the variables simultaneously independent (electronic word of mouth and tourist facilities) on interest in visiting the Kalibiru tourist attraction of Kulon Progo Regency.

Keyword: Electronic Word Of Mouth, Tourist Facilities, Visiting Interest

