

ABSTRAK

Nilai Zulfa Nurul Laili 1820310065, Pengaruh *Word of Mouth*, Citra Wisata dan Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, citra wisata dan motivasi terhadap keputusan berkunjung di wisata bukit krobo'an desa socio dawe kudus. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan sampel yaitu *Purposive Sampling*. Diperoleh responden sejumlah 100. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan kuesioner dan teknik analisis data yaitu analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 20. Hasil analisis statistik uji t, diketahui bahwa variabel *word of mouth* (X_1) memiliki nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,296 > 1,984$) artinya terdapat pengaruh antara *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di wisata bukit krobo'an desa socio dawe kudus. Variabel citra wisata (X_2) memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,982 > 1,984$) artinya terdapat pengaruh antara citra wisata terhadap keputusan berkunjung di wisata bukit krobo'an desa socio dawe kudus. Variabel motivasi (X_3) memiliki nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,361 > 1,984$) artinya terdapat pengaruh antara motivasi terhadap keputusan berkunjung di wisata bukit krobo'an desa socio dawe kudus. Hasil analisis uji F, diketahui nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($54,618 > 2,698$) artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama antara *word of mouth* (X_1), citra wisata (X_2) dan motivasi (X_3) terhadap keputusan berkunjung di wisata bukit krobo'an desa socio dawe kudus. Besarnya koefisien determinasi (*R Square*) yaitu 0,631, artinya pengaruh *word of mouth*, citra wisata dan motivasi terdapat keputusan berkunjung di wisata bukit krobo'an desa socio dawe kudus ialah 63,1%.

Kata Kunci: *Word of Mouth, Citra Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung*