

ABSTRAK

Abdul Haris Nashihudin, 2020310137, Pengaruh Daya Tarik Wisata, Lokasi, Harga, Dan E Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Embun Bening Waduk Kedungombo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata, lokasi, harga, dan *e word of mouth* terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Embun Bening Waduk Kedungombo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung obyek wisata Embun Bening Kedungombo dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 27.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung (hasil t hitung $2.615 > t$ tabel 1,661). Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung (t hitung $2.538 > t$ tabel 1,661). Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung (t hitung $2.059 > t$ tabel 1,661). Variabel e word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (t hitung $2.593 > t$ tabel 1,661). Secara bersama-sama variabel daya tarik, lokasi, harga, dan *e word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung (F hitung $70,958 > 2,47$).

Kata Kunci : Daya Tarik, Lokasi, Harga, E Word Of Mouth, Dan Keputusan Berkunjung