

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* pada media sosial instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner. Sampel penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berkunjung di Hutan Pinus Mangunan dengan usia minimal 17 tahun. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan *software* IBM SPSS statistik 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi dari *electronic word of mouth* (eWOM) yaitu *concern for others*, *expressing positive feelings*, *economic incentives*, *helping the company*, dan *platform assistance* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan.

Kata kunci: *electronic word of mouth*, eWOM, keputusan berkunjung, wisatawan, dan Hutan Pinus Mangunan

ABSTRACT

This research is aimed to analyze the impact of electronic word of mouth in social media instagram toward tourist' visit decision to Pinus Mangunan Forest. This research used quantitative method. The data collecting technique in this research used questionnaire. The samples of the research were tourists who were visiting Pinus Mangunan Forest with 17 years in minimum age. The numbers of the samples in this research were 100 respondents. The sampling technique which was used was non probability sampling with purposive sampling method. The analysis instrument in this research used multiple linier regression analysis which helped with IBM SPSS statistic 21 software. The result showed that the dimension of electronic word of mouth (eWOM), those are concern for others, expressing positive feelings, economic incentives, helping the company, and platform assistance had significant impacts toward tourists' visit decisions to Pinus Mangunan Forest.

Key words: electronic word of mouth, eWOM, visit decision, tourist, and Pinus Mangunan Forest.