

ABSTRAK

Nama : Tia Riska Ayunda
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung pada Pantai Babang di Kabupaten Simeulue

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara produk wisata, citra destinasi, kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung pada pantai Babang di Kabupaten Simeulue. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung di Pantai Babang, penentuan sampel menggunakan rumus Hair sehingga jumlah sampel penelitian sebanyak 147 responden. Instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas, sedangkan analisis data menggunakan regresi linear berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f. Hasil penelitian dengan uji t mendapati produk wisata berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Pantai Babang di Kabupaten Simeuleu, citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Pantai Babang di Kabupaten Simeuleu, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Pantai Babang di Kabupaten Simeuleu, hal ini dikarenakan nilai signifikansi $< 0,05$. Sedangkan *word of mouth* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Pantai Babang di Kabupaten Simeuleu, hal ini dikarenakan nilai signifikansi $> 0,05$. Hasil uji f mendapati nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya secara simultan variabel produk wisata, citra destinasi, kualitas pelayanan dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pantai babang di Kabupaten Simeulue.

Kata Kunci: produk wisata, citra destinasi, kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan keputusan berkunjung pantai babang Kabupaten Simeulue

ABSTRACT

Name : Tia Riska Ayunda
Program Study: Manajemen
Title : The Influence of Tourism Products, Destination Image, Service Quality and Word of Mouth on Visiting Decisions at Babang Beach in Simeulue Regency

This study aims to determine and analyze the influence of tourism products, destination image, service quality, and word of mouth on the decision to visit Babang Beach in Simeulue Regency. The research method used in this study is a quantitative method. The population in this study were tourists visiting Babang Beach, sample determination using the Hair formula so that the number of research samples was 147 respondents. The research instrument used validity and reliability tests, while data analysis used multiple linear regression and hypothesis testing using t-test and f-test. The results of the study with the t-test found that tourism products significantly influenced the decision to visit Babang Beach in Simeuleu Regency, destination image significantly influenced the decision to visit Babang Beach in Simeuleu Regency, and service quality significantly influenced the decision to visit Babang Beach in Simeuleu Regency, this is because the significance value <0.05 . While word of mouth did not significantly influence the decision to visit Babang Beach in Simeuleu Regency, this is because the significance value >0.05 . The results of the f test found a significance value of $0.000 < 0.05$, meaning that simultaneously the variables of tourism products, destination image, service quality and word of mouth simultaneously had a significant influence on the decision to visit Babang Beach in Simeulue Regency.

Keywords: *tourism products, destination image, service quality, word of mouth, and the decision to visit Babang Beach, Simeulue Regency*