

## ABSTRAK

Nama : Riska Yulia Putri  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Atribut Produk Wisata, Citra Destinasi, dan *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak di Takengon

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Atribut Produk Wisata, Citra Destinasi dan *Elektronik Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Arung Jeram Lukup Badak Di Takengon. Dengan Variabel bebas pada penelitian ini adalah Atribut Produk Wisata, Citra Destinasi, dan *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) sedangkan variabel terikat adalah Keputusan Berkunjung. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuisioner yang berisi pernyataan dalam bentuk formulir di kertas dan di berikan kepada pengunjung wisata Arung Jeram Lukup Badak dengan jumlah 112 responden. Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, hipotesis penelitian, uji (t) parsial, dan koefisien determinasi. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Atribut Produk Wisata terbukti tidak berpengaruh signifikan, Citra Destinasi dan *elektronik word of mouth* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

**Kata Kunci** : Atribut Produk Wisata, Citra Destinasi, *Elektroik Word Of Mouth*, Keputusan Berkunjung

## **ABSTRACT**

*Name : Riska Yulia Putri*  
*Study Program : Management*  
*Title : The Influence of Tourism Product Attributes, Destination Image, and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Visit Decisions to the Lukup Badak Whitewater Rafting Tourist Attraction in Takengon.*

*This study aims to determine the effect of Tourism Product Attributes, Destination Image and Electronic Word Of Mouth on Visiting Decisions at Lukup Badak Rafting Tourism in Takengon. With the independent variables in this study are Tourism Product Attributes, Destination Image, and Electronic Word Of Mouth (E-WOM) while the dependent variable is the Visiting Decision. This type of research uses a quantitative method, data collection using a questionnaire containing statements in the form of a paper form and given to visitors to the Lukup Badak Rafting tourism with a total of 112 respondents. Data analysis used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, research hypothesis, partial (t) test, and coefficient of determination. The program used in analyzing data using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS). Based on the results of the study showed that Tourism Product Attributes were proven to have no significant effect, Destination Image and electronic word of mouth were proven to have a positive and significant effect on visiting decisions.*

**Keywords:** *Tourism Product Attributes, Destination Image, Electronic Word Of Mouth, Visiting Decision.*