

ABSTRAK

Nama : Oktaviana
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan dan *Word Of mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Mutiara Water Park di Langsa

Penelitian ini bertujuan untuk menguji produk wisata, citra destinasi, kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung pada Mutiara water park di langsa. Data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrume pengumpulan data. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis linier berganda dan diolah menggunakan perangkat SPSS. Hipotesis ditentukan dengan menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variable produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada water park Mutiara atau secara statistic $0,009 < 0,050$ dan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,682 > 1,660$. Pada variable citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada water park Mutiara atau secara statistik $0,005 < 0,050$ dan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,909 > 1,660$. Kemudian pada variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada water park Mutiara atau secara statistik $0,013 < 0,050$ dan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,527 > 1,660$. Selanjutnya pada variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada water park Mutiara atau secara statistik $0,017 < 0,050$ dan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,442 > 1,660$. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) menunjukkan bahwa variasi keputusan berkunjung mampu dijelaskan oleh keempat variabel tersebut sebesar 78,9%, sedangkan sisanya sebesar 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini

Kata Kunci : produk wisata, citra destinasi, kualitas pelayanan, *word of mouth*, keputusan berkunjung

ABSTRACT

Nama : Oktaviana
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan dan
Word Of mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Mutiara
Water Park di Langsa

Abstract this research aims to test of tourism product, destination image, service quality and word of mouth regarding the decision to visit. The data in this research was collected using questionnaires as the data collection instrument. The sample consisted of 95 respondent. This research used a quantitative approach with multiple linear regression analysis and was processed using SPSS. The results of this study indicate that, partially, the tourism product variable has a positive and significant regarding the decision to visit Mutiara water park , statistically $0.009 < 0.05$ an has a $t\text{-value} > t\text{-table value of } 2.682 > 1.660$. The destination image variable has a positive and significant regarding the decision to visit Mutiara water park , statistically $0.005 < 0.05$ an has a $t\text{-value} > t\text{-table value of } 2.909 > 1.660$. Meanwhile, the service quality variable has a positive and significant regarding the decision to visit Mutiara water park , statistically $0.013 < 0.05$ an has a $t\text{-value} > t\text{-table value of } 2.527 > 1.660$. Additionally, the word of mouth variable has a positive and significant regarding the decision to visit Mutiara water park , statistically $0.017 < 0.05$ an has a $t\text{-value} > t\text{-table value of } 2.442 > 1.660$. The Adjusted R Square shows that the variation in visiting decisions can be explained by these four variables by 78.9%, while the remaining 21.1% is explained by other variables not included in this study.

Keyword: *Tourism Product, Destination Image, Service Quality, Word Of Mouth, Decision to Visit*