

ABSTRAK

Anggi Agusta Tiurina Harahap, Nomor Mahasiswa 152150013, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap *Destination Image* dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian” (Studi Pada Wisatawan Nusantara Pengguna Instagram yang Sedang Berkunjung ke Taman Sari), 2019. Dosen Pembimbing Sigit Haryono, dan Lukmono Hadi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap *Destination Image* dan dampaknya pada Keputusan Pembelian. Ukuran sampel pada penelitian ini 68 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan *Systematic Random Sampling* untuk populasi tak terhingga. Teknik analisis data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial yang menggunakan metode statistik *Path Analysis* (Analisis Jalur).

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *Electronic Word of Mouth* (X) berpengaruh signifikan terhadap *Destination Image* (Z) dengan t-hitung sebesar 6,281 dan nilai sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel (1,669) dan nilai sig < 0,10. *Destination Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. t-hitung sebesar 8,338 dan nilai sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel (1,669) dan nilai sig < 0,10. *Electronic Word of Mouth* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. t-hitung sebesar 5,948 dan nilai sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel (1,669) dan nilai sig < 0,10.

Saran untuk pengelola Taman Sari adalah membuat *official account* Instagram yang dikelola langsung oleh pengelola Taman Sari. *Official account* tersebut akan mempermudah pengelola Taman Sari untuk merangsang terjadinya *Electronic Word of Mouth* sehingga dapat memperkuat *Destination Image* yang melekat pada Taman Sari dan memberikan dampak pada keputusan pembelian wisatawan nusantara pengguna Instagram.

Kata kunci : *Electronic Word of Mouth*, *Destination Image* dan Keputusan Pembelian