

## ABSTRAK

Muhammad Sayfal Adli Masubagya, Nomor induk Mahasiswa 152170071, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Risk Perception* Terhadap *Destination Image* Serta Dampaknya Pada *Intention to Visit*” (Studi Pada Wisatawan yang Belum Berkunjung Ke Objek Wisata Taman Sari Yogyakarta). Pembimbing I Dr. Eny Endah Pujiastuti, S.Sos, M.Si dan Pembimbing II Dr. Hastho Joko Nur Utomo, S.Sos., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Risk Perception* Terhadap *Destination Image* Serta Dampaknya Pada *Intention to Visit* (Studi Pada Wisatawan yang Belum Berkunjung Ke Objek Wisata Taman Sari Yogyakarta). Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang belum melakukan kunjungan ke Objek Wisata Taman Sari Yogyakarta yang berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatori dengan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah orang yang belum melakukan kunjungan ke Objek Wisata Taman Sari Yogyakarta yang berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 184 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Teknik analisis data menggunakan Teknik analisis deskriptif dan Teknik analisis inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable *Electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap *destination image*, *risk perception* berpengaruh signifikan terhadap *destination image*, *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap *intention to visit*, *risk perception* berpengaruh signifikan terhadap *intention to visit*, *destination image* berpengaruh signifikan terhadap *intention to visit*, *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap *intention to visit* melalui *destination image*, dan *risk perception* berpengaruh signifikan terhadap *intention to visit* melalui *destination image*.

Berdasarkan hasil penelitian, Objek Wisata Taman Sari Yogyakarta harus mampu memperhatikan dan meningkatkan informasi dari wisatawan melalui internet (*electronic word of mouth*) dan risiko yang dipersepsikan wisatawan ketika hendak melakukan kunjungan supaya menimbulkan citra destinasi yang positif dibenak wisatawan sehingga mampu menciptakan niat untuk berkunjung pada wisatawan ke Objek Wisata Taman Sari Yogyakarta.

**Kata Kunci :** *Electronic Word of Mouth, Risk Perception, Destination Image, Intention to Visit*