

ABSTRAK

Anggi Ismail Halili, 1103084, Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul. (Survei pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pemandian Air Panas Cikundul), Skripsi 2015, dibawah bimbingan Dr. H. Hari Mulyadi., M.Si., dan Rini Andari, S.Pd.,SE.,Par.,MM.

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia semakin pesat, hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah perjalanan wisatawan ke Indonesia. Industri pariwisata memberikan dampak yang luar biasa bagi Indonesia diantaranya pada aspek sosial, budaya, terutama ekonomi. Kota Sukabumi merupakan kota kecil di Jawa Barat yang memiliki cukup banyak potensi pariwisata, potensi pariwisata yang telah dikelola dengan cukup baik oleh Pemda setempat yaitu Pemandian Air Panas Cikundul. Pemandian Air Panas Cikundul memiliki beberapa daya tarik wisata yang mampu memanjakan pengunjung dengan kenyamanan dan khasiat air panas serta memberikan ketenangan suasana desa yang dialiri sungai Cimandiri. Tiga tahun terakhir ini tingkat kunjungan Pemandian Air Panas Cikundul mengalami penurunan, hal ini disebabkan oleh banyak faktor, beberapa diantaranya adalah bermunculannya destinasi wisata baru di kawasan sekitar Kota Sukabumi, sehingga wisatawan memiliki banyak pilihan destinasi untuk berwisata. Salah satu cara yang dilakukan Pemandian Air Panas Cikundul untuk meningkatkan kembali kunjungan wisatawan adalah dengan melakukan pemasaran *word of mouth*. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil temuan mengenai *word of mouth* di Pemandian Air Panas Cikundul, keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul dan pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Pemandian Air Panas Cikundul dengan sampel menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *systematic random sampling* dan untuk teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pemandian Air Panas Cikundul. Saran untuk pihak Pemandian Air Panas Cikundul agar memaksimalkan pemasaran *word of mouth* melalui media internet dan juga agar Pemandian Air Panas Cikundul dapat menambah atraksi wisata.

Kata kunci: *Word of mouth* dan Keputusan berkunjung

ABSTRACT

Anggi Ismail Halili, 1103084, TheEffect of Word of Mouth to the Decision to Visit Pemandian Air Panas Cikundul. (*Survey on tourists who visit Pemandian Air Panas Cikundul*), Thesis 2015, under the guidance of Dr. H. Hari Mulyadi., M.Sc., and Rini Andari, S.Pd., SE., Par., MM.

The development of the tourism industry in Indonesia is growing rapidly, it is marked by the increasing number of tourists traveling to Indonesia. The tourism industry provide tremendous impact for Indonesia include social, cultural, especially economic. Sukabumi is a small town in West Java, there is a lot of tourism potential, tourism potential which has been managed quite well by the government that Pemandian Air Panas Cikundul. Pemandian Air Panas Cikundul has several tourist attraction that is able to pamper tourist with comfort and efficacy of hot spring and give composure atmosphere where Cimandiri river flowed. The last three years, level visit of Pemandian Air Panas Cikundul decreased, this is caused by many factors, some of which is the emergence of new tourist destinations in the area around the Sukabumi City, so tourists have many options for sightseeing destinations. One of the ways to increase visitors is word of mouth marketing. This study aim to obtain findings on word of mouth in Pemandian Air Panas Cikundul, visiting decision in Pemandian Air Panas Cikundul and word of mouth influence on visiting decision in Pemandian Air Panas Cikundul. The population in this research is tourist who visit Pemandian Air Panas Cikundul. Sample in this research were 100 respondents. The sampling technique used is systematic random sampling and for data analysis technique is used multiple regression. Based on SPSS 20 for Windows testing showed that that simultaneous and partial effect between word of mouth and tourist decision to visit Pemandian Air Panas Cikundul. Suggestions for Pemandian Air Panas Cikundul is to maximize word of mouth marketing via internet.

Keywords: Word of mouth, Visit decision, Pemandian Air Panas Cikundul