

## ABSTRAK

**Zia Aulia, 0900188 Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Grup di Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan (Sensus terhadap pengambil keputusan wisatawan grup yang berkunjung di Lembur Kahuripan Pasanggrahan).** Skripsi 2013, di bawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, S. Sos., S. Pd., MM dan Yeni Yuniawati, S. Pd., MM

Pariwisata merupakan industri yang berpengaruh untuk pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pembangunan pariwisata meliputi destinasi wisata dimana kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan merupakan salah satu desa wisata yang mulai dikembangkan oleh pemerintah daerah Purwakarta dan pemerintah pusat. Keterbatasan masih menjadi kendala yang sering dijumpai oleh destinasi wisata yang berbasis masyarakat. Kurangnya tenaga ahli yang profesional untuk mempromosikan Desa Wisata Lembur Kahuripan menjadi daya tarik wisata. Selain itu dana yang terbatas masih mejadi hal yang masih perlu diperhatikan. Keputusan berkunjung wisatawan masih didominasi oleh wisatawan grup yang berasal dari organisasi, sekolah, dan perusahaan. Banyaknya wisatawan grup yang berkunjung membuat pengiriman pesan berupa *word of mouth* menjadi hal yang sangat menguntungkan bagi pihak pengelola Desa Wisata Lembur Kahuripan. Komunikasi WOM positif memberikan nilai kepada konsumen atau calon konsumen. Akibatnya, WOM harus lebih penting dalam konteks pelayanan karena membantu mengurangi risiko yang terkait. Dalam penelitian ini, variabel bebas (X) yang digunakan *word of mouth* yang terdiri dari *cognitive content*, *richness of content*, *cognitive delivery*, dan *strength of delivery*. Variabel terikat (Y) yaitu keputusan berkunjung. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah survey dengan teknik sampel jenuh atau sensus, maka seluruh populasi yang dijadikan sampel sebesar 30 responden wisatawan grup. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bagaimana *word of mouth*, keputusan berkunjung, dan seberapa besar pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan grup di Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan. Terdapat pengaruh *word of mouth* secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Melihat pengaruh yang signifikan diharapkan Lembur Kahuripan lebih meningkatkan kinerja dan pelayanan sebagai desa wisata yang berkompeten di masa yang akan datang.

**Kata kunci:** *Word of mouth*, keputusan berkunjung, Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan.

## ABSTRACT

**Zia Aulia, 0900188** *The Effect of Word of Mouth on Visits Decision of Group Travelers to Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan (Census of decision maker of group travelers who visited the Desa Wisata Lembur Kahuripan)*. Thesis 2013, under guidance of Dr. Lili Adi Wibowo, S. Sos., S. Pd., MM and Yeni Yuniawati, S. Pd., MM.

Tourism is an industry that affect a country's economic growth. Tourism development includes the geographical area where the tourist destinations that are within one or more administrative regions in which there is a tourist attraction, public facilities, tourism facilities, accessibility, and society are interrelated and complementary realization of tourism. Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan is one of the tourist village which was developed by local government and central government. Limitations still be obstacles often encountered by community based on tourism destinations. Lack of professional experts to promote Desa Wisata Lembur Kahuripan into a tourist attraction. In addition to limited funding still form the things that still need attention. Decision is still dominated by travelers visiting tourist groups who come from organizations, schools, and companies. Group travelers who visit to make sending messages in the form of word of mouth becomes very profitable for the manager of Desa Wisata Lembur Kahuripan. Positive WOM communication delivers value to customers or potential customers. As a result, WOM should be more important in the context of the service because it helps reduce the associated risks. In this study, the independent variable (X) used word of mouth that consists of cognitive content, richness of content, cognitive delivery, and strength of delivery. Dependent variable (Y) is the decision to visit. This type of research is descriptive verification, and the method used is the technique of census, then the entire population of 30 respondents sampled group travelers. And data analysis techniques used hypothetical test is multiple regression analysis. The results show how word of mouth, visits decision, and how much influence word of mouth on visits decision of group travelers to Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan. There is word of mouth impact significantly on the decision to visit. Expected to see a significant influence over Lembur Kahuripan increased performance and service as a tourist village competent in the future.

**Keywords :** *Word of mouth, visits decision, Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan.*