

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilandasi oleh keinginan peneliti untuk mengetahui pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan berkunjung dengan *word of mouth* sebagai variabel intervening. yang sangat diperlukan perusahaan pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di tempat pariwisata. Tujuan penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung (2) untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap *word of mouth* (3) Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung (4) Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung melalui *word of mouth* sebagai variabel intervening.

Penelitian ini dilakukan kepada wisatawan yang berkunjung ke kafe sawah. Penarikan sampel menggunakan menggunakan yaitu *non probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu 100 responden. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, maka dilakukan analisis data, menggunakan analisis Path.

Dari hasil analisis Path terhadap: hipotesa 1 membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap keputusan berkunjung; 2 membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap *word of mouth* hipotesa 3 ada pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung hipotesa 4 ada pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap keputusan berkunjung melalui *word of mouth* tetapi masih lebih besar pengaruh langsung menjadikan *word of mouth* bukan variabel intervening bagi pengaruh variabel media sosial terhadap keputusan berkunjung. menjadikan *word of mouth* sebagai variabel moderating bagi media sosial terhadap keputusan berkunjung ; hal ini berarti hipotesa 1 dan 2 diterima sementara hipotesa 3 di tolak.

Dari hasil perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa media sosial dan, *word of mouth* berperan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan para wisatawan untuk berkunjung ke kafe sawah desa wisata pujan kidul.

**Kata kunci:** Media Sosial, Keputusan Berkunjung, Word Of Mouth