

## INTISARI

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pertumbuhan pariwisata di Indonesia yang berkembang pesat. Perkembangan industri pariwisata di Indonesia ditandai dengan meningkatnya jumlah wisatawan di Indonesia. Industri pariwisata memberikan dampak yang luar biasa terhadap aspek sosial, budaya, terutama aspek ekonomi bagi Indonesia. Puncak Sosok Yogyakarta merupakan salah satu obyek wisata alam baru di Yogyakarta, Puncak Sosok Yogyakarta berdiri pada tahun 2017. Karena Puncak Sosok Yogyakarta merupakan tempat wisata alam baru pengelola tempat wisata diharapkan mampu memperkenalkan Puncak Sosok dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Puncak Sosok Yogyakarta. Untuk meningkatkan kunjungan ke obyek wisata Puncak Sosok dilakukan dengan cara menciptakan daya tarik wisata dan pengaruh positif *word of mouth communication*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *word of mouth communication* dan daya tarik wisata terhadap keputusan kunjungan wisatawan di Puncak Sosok Yogyakarta.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan variabel X1 (*word of mouth communication*), X2 (daya tarik wisata) dan variabel Y (keputusan kunjungan). Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang di sebar menggunakan google formulir. Sampel berjumlah 130 responden dengan kriteria siapa saja yang sudah mengunjungi Puncak Sosok Yogyakarta. Data yang dihasilkan pada penelitian ini diolah menggunakan *software microsoft excel* dan SPSS dengan uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas dan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth communication* dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan di Puncak Sosok Yogyakarta. Hasil yang diperoleh adalah  $Y = 0,528 + 0,074X1 + 0,147X2$ . Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara *word of mouth communication* dan daya tarik wisata dengan keputusan kunjungan di Puncak Sosok Yogyakarta. Nilai *R Square* sebesar 0.545, artinya antara variabel *word of mouth communication*, variabel daya tarik wisata, variabel keputusan kunjungan memiliki hubungan linier yang cukup erat.

Kata kunci: *Word of Mouth Communication*, Daya Tarik Wisata, Keputusan Kunjungan

## ABSTRACT

*This research is motivated by the rapid growth of tourism in Indonesia. The development of the tourism industry in Indonesia is characterized by an increasing number of tourists in Indonesia. The tourism industry has a tremendous impact on social, cultural, especially economic aspects of Indonesia. Puncak Sosok Yogyakarta is one of the new natural tourism objects in Yogyakarta, Puncak Sosok Yogyakarta was established in 2017. Because Puncak Sosok Yogyakarta is a new natural tourist attraction the manager of tourist attractions is expected to be able to introduce the Puncak Sosok and attract tourists to visit the Puncak Sosok Yogyakarta. To increase visits to the Puncak Sosok tourism object, it is done by creating a tourist attraction and positive influence of word of mouth communication. The purpose of this study was to determine the effect of word of mouth communication and tourist attraction on the decision of tourist visits in the Puncak Sosok Yogyakarta.*

*This research is quantitative research type with variable X1 (word of mouth communication), X2 (tourist attraction) and Y variable (visit decision). The sampling technique uses purposive sampling technique with data collection techniques using questionnaires that are spread using google forms. A sample of 130 respondents with criteria for anyone who has visited Puncak Sosok Yogyakarta. The data generated in this study were processed using Microsoft Excel and SPSS software with validity and reliability, normality, and multiple linear regression tests. The results of this study indicate that word of mouth communication and tourist attraction have a positive and significant effect on tourist visit decisions in Puncak Sosok Yogyakarta. The results obtained are  $Y = 0.528 + 0.074X1 + 0.147X2$ . Positive coefficient means that there is a positive relationship between word of mouth communication and tourist attraction with the decision of a visit at the Puncak Sosok Yogyakarta. R Square value of 0.545, meaning that between the word of mouth communication variable, the tourist attraction variable, the visit decision variable has a fairly close linear relationship.*

*Keyword: Word of Mouth Communication, Tourist Attraction, Decisions of Tourism.*