

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *word of mouth communication* terhadap keputusan kunjungan di Kebun Raya Bogor. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode uji linear sederhana, dengan variabel X (*word of mouth*) dan variabel Y (keputusan kunjungan). Jumlah sampel diperoleh menggunakan *Purposive sampling* dengan teknik *Accidental sampling*. Kriteria sampel ini adalah pengunjung Kebun Raya Bogor, total sampel diperoleh sebanyak 60 orang. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang kemudian diolah menggunakan *software microsoft excel* dan SPSS. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *word of mouth communication* terhadap keputusan kunjungan wisatawan di Kebun Raya Bogor. Hasil yang diperoleh dari $Y = 6,881 + 0.49X$. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara WOM dengan keputusan kunjungan di Kebun Raya Bogor. R square sebesar 0.307 mengandung arti bahwa pengaruh WOM terhadap keputusan kunjungan adalah 30.7%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: *Word of Mouth Communication*, Keputusan Kunjungan, *Accidental sampling*, *Purposive sampling*, Regresi Linear Sederhana.

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence word of mouth communication has on the decision to visit the Bogor Botanical Gardens. This research is a type of quantitative research using a simple linear test method, with variable X (word of mouth) and variable Y (visit decision). The number of samples obtained using Purposive sampling with Accidental Sampling technique. The criteria for this sample are visitors to the Bogor Botanical Gardens, the total sample obtained is 60 people. This research data collection using a questionnaire method which is then processed using Microsoft Excel and SPSS software. The results of this study indicate that there is an effect of word of mouth communication on the decision to visit tourists at the Bogor Botanical Gardens. The results obtained from $Y = 6.881 + 0.49X$. The positive coefficient means that there is a positive relationship between WOM and the decision to visit the Bogor Botanical Gardens. R square of 0.307 means that the effect of WOM on visit decisions is 30.7%, the rest is influenced by other variables.

Keywords: Word of Mouth Communication, Visiting Decision, Accidental Sampling, Purposive sampling, Simple Linear Regression.