

ABSTRAK

Fauzi Arif Hidayat. 2023. Pengaruh *Word Of Mouth* Dan Atribut Produk Pariwisata Terhadap Keputusan Pengunjung (Suatu Studi Pada Pengunjung Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran). Di bawah Bimbingan Bapak Mochamad Aziz Basari, S. Sos., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Mukhtar Abdul Kader., S.E.,M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *word of mouth* dan atribut produk pariwisata terhadap keputusan pengunjung pada Pengunjung Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran. Permasalahan yang dihadapi meliputi: 1) Bagaimana pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pengunjung Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran.2) Bagaimana pengaruh atribut produk pariwisata terhadap keputusan pengunjung Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran.3) Bagaimana pengaruh *word of mouth* dan atribut produk pariwisata terhadap keputusan pengunjung Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis asosiatif/verifikatif (koefisien korelasi *product moment*, koefisien determinasi, uji t, regresi linear sederhana, koefisien korelasi berganda, uji f dan regresi berganda). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Word of mouth* dan atribut produk pariwisata berpengaruh terhadap keputusan pengunjung yang ditunjukkan dari hasil analisis asosiatif/verifikatif bahwa dari koefisien korelasi berganda, *Word of mouth* dan atribut produk pariwisata memiliki hubungan yang kuat dengan keputusan pengunjung. Sedangkan untuk hipotesis penelitian berpengaruh signifikan dan teruji kebenarannya. Artinya apabila *Word of mouth* dan atribut produk pariwisata sudah baik, maka keputusan pengunjung akan meningkat. Dengan demikian hipotesis ketiga dapat diterima dan teruji kebenarannya. Diharapkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dan Pengelola Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran meningkatkan kualitas objek wisata Pantai Karapyak, meningkatkan kebersihan lingkungan diwilayah objek wisata, menyediakan dan melengkapi berbagai fasilitas dan lebih mempromosikan objek wisata melalui media elektronik dan media sosial.

Kata Kunci : *Word Of Mouth, Atribut Produk Pariwisata, Keputusan Pengunjung.*