

ABSTRAK

Khoifah, NIM: 1620310152. Pengaruh Word Of Mouth, Destination Image, dan Life Style Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Pemancingan Desa Talun Kayen Pati

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, *destination image*, dan *life style* terhadap keputusan berkunjung di wisata pemancingan desa Talun Kayen Pati. Baik secara simultan atau parsial. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian riset penelitian asosiatif dan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang di gunakan adalah *purposive sampling*. Sampel berjumlah 95 responden pengunjung wisata pemancingan desa Talun Kayen Pati. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, dan uji analisis regresi linier berganda, serta data diolah dengan bantuan program SPSS IBM 19. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa, Pertama: nilai t_{hitung} sebesar 3,306 lebih besar dari pada t_{tabel} 1.6617 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu secara parsial menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di wisata pemancingan desa Talun Kayen Pati. Kedua: nilai t_{hitung} sebesar 6,643 lebih besar dari pada t_{tabel} 1.6617 dengan nilai signifikan sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu secara parsial menyatakan bahwa *destination image* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di wisata pemancingan desa Talun Kayen Pati. Ketiga: nilai t_{hitung} sebesar 3,571 lebih besar dari pada t_{tabel} 1.6617 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu secara parsial menyatakan bahwa *life style* berpengaruh pada keputusan berkunjung di wisata pemancingan desa Talun Kayen Pati. Keempat: nilai F_{hitung} sebesar 36,036 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu 0,05, karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2.14. Menyatakan terdapat pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara *word of mouth*, *destination image* dan *life style* secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung.

Kata kunci: *Word Of Mouth, Destination Image, dan Life Style, Keputusan Berkunjung*