

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DAN CITRA DESTINASI TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA HIDDEN CANYON
BEJI GUWANG DI KECAMATAN SUKAWATI KABUPATEN GIANYAR
PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Abstrak

Keputusan berkunjung merupakan proses dimana seorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu, dimana penilaian ini tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung adalah *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan Citra Destinasi seperti yang ingin peneliti ketahui dalam penelitian ini. Hidden Canyon Beji Guwang adalah salah satu objek wisata yang terdampak oleh pandemi Covid-19, sehingga penulis ingin meneliti dua variabel ini untuk mengetahui dampaknya terhadap keputusan berkunjung.

Populasi penelitian ini seluruh pengikut instagram obyek wisata Hidden Canyon Beji Guwang yang berjumlah 1.456. Sampel penelitian dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang pernah mengunjungi Hidden Canyon Beji Guwang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Electronic Word of Mouth (E-WOM) berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung dan Citra Destinasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung

Kata kunci: citra destinasi, *electronic word of mouth*, dan keputusan berkunjung

