

## ABSTRAK

### **Fitriani Simbolon, NIM 7192510010 Pengaruh Promosi Online Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Sibe-bea Kabupaten Samosir**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Promosi Online Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Sibe-bea Kabupaten Samosir Pada masyarakat yang sudah yang berkunjung ke Ke Objek Wisata Sibe-bea Kabupaten Samosir. Populasi dalam penelitian ini seluruh pengunjung objek wisata Wisata Sibe-bea Kabupaten Samosir pada tahun 2022 sejumlah 18.350. Penentuan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *Simple Random Sampling* dengan jumlah sampel 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah model regresi linear berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi yang sebelumnya data telah diuji menggunakan uji validitas, uji reabilitas dan asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan SPSS 26.0 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa Promosi Online dan Word Of Mouth secara bersamaan Berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Sibe-bea Kabupaten Samosir. Melalui uji koefisien determinasi maka diketahui bahwa angka  $(R)^2$  sebesar 0,304 yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel Pengaruh Promosi Online Dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan berkunjung sebesar 0,304 atau bila dipersentasekan menjadi 30,4% sedangkan sisanya sebesar 69,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang berasal dari luar variabel yang diteliti.

**Kata kunci: Promosi Online, *Word Of Mouth*, Keputusan Berkunjung**



## **ABSTRACT**

*Fitriani Simbolon, NIM 7192510010 The Effect of Online Promotion and Word Of Mouth on the Decision to Visit the Sibe-bea Tourism Object, Samosir*

*Regency This study aims to find out and explain the effect of online promotion and word of mouth on the decision to visit Sibe-bea tourism objects in Samosir Regency for people who have visited Sibe-bea tourism objects in Samosir Regency. The population in this study is all visitors to the Sibe-bea Tourism object, Samosir Regency in 2022, a total of 18,350. Determination of the sample in this study was carried out using the Simple Random Sampling technique with a total sample of 100 people. The data analysis technique used is the multiple linear regression model and hypothesis testing using the t test, f test, and the coefficient of determination test. Previously the data had been tested using validity tests, reliability tests and classical assumptions. Data processing using SPSS 26.0 for windows. The results of the study show that online promotion and word of mouth simultaneously have a positive and significant impact on the decision to visit the Sibe-bea Tourism Object, Samosir Regency. Through the test of the coefficient of determination, it is known that the number  $(R)^2$  is 0.304 which indicates that there is an influence of the variable Influence of Online Promotion and Word of Mouth on Visiting Decisions of 0.304 or if it is percentaged to 30.4% while the remaining 69,6% is influenced by variables others that come from outside the variables studied.*

*Keywords: Online Promotion, Word Of Mouth, Visiting Decisions*

