

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potential market, *elektronik word of mouth* (e-wom), media sosial yang mempengaruhi citra destinasi dan berdampak kepada minat berkunjung ke taman wisata hutan mangrove sebalang, desa tarahan, lampung selatan. Dusun Sebalang, Dusun Sebalang termasuk kawasan lindung Kabupaten Lampung Selatan yang memiliki hutan mangrove seluas 5 ha dan ditumbuhi tanaman bakau. Rehabilitasi dan pengelolaan hutan mangrove perlu dilakukan untuk mengatasi permasalahan kerusakan hutan mangrove dengan melibatkan banyak pihak, antara lain masyarakat Desa Sebalang, pemerintah setempat, pihak swasta dan *stakeholder* lainnya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif yang bersifat verifikatif, dimana pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dan wisatawan yang berkunjung ketaman wisata hutan mangrove desa tarahan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan jumlah sampel 100 orang. Teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*.

Variabel dalam penelitian ini meliputi *Potential Market* (X1), *Elektronik Word Of Mouth* (X2), dan Media Sosial (X3) sebagai variabel bebas, Minat Berkunjung (Y) sebagai variabel antara, Citra Destinasi (Z) sebagai variabel terikat. Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Partial Least Square* (PLS) Menunjukkan bahwa pengaruh *Potential Market* (X1) terhadap Citra Destinasi (Z) = 0,361, *Elektronik Word Of Mouth* (X2) terhadap Citra Destinasi (Z) = 0,377, Media Sosial (X3) terhadap Citra Destinasi (Z) = 0,165, Pengaruh *Potential Market*, *Elektronik Word Of Mouth* dan Media Sosial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Citra Destinasi. Kemudian pengaruh kedua adalah Citra Destinasi (Z) terhadap Minat Berkunjung (Y) = 0,776, Media Sosial (X3) terhadap Minat Berkunjung (Y) = 0,128, *Elektronik Word Of Mouth* (X2) terhadap Minat Berkunjung (Y) = 0,292, *Potential Market* (X1) terhadap Minat Berkunjung (Y) = 0,280, Pengaruh Citra Destinasi, Media Sosial, *Elektronik Word Of Mouth* dan *Potential Market* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung

**Kata Kunci** : *Potential Market*, *Elektronik Word Of Mouth*, Media Sosial, Citra Destinasi, Minat Berkunjung.