

ABSTRAK

Desa Wisata Alamendah merupakan desa wisata yang terletak di daerah ciwidey, kabupaten Bandung, pada tahun 2019 Desa Wisata Alamendah mengalami penurunan pengunjung dikarenakan adanya pandemi covid-19. Untuk meningkatkan kunjungan pada Desa Wisata Alamendah pada masa serba teknologi ini dapat dilakukan melalui sosial media, Biasanya orang-orang yang akan mengunjungi suatu tempat seperti tempat wisata, akan mencari terlebih dahulu review mengenai tempat tersebut di media sosial. kehadiran *electronic word mouth* membuat para pengguna sosial media dapat membagi pengalaman mereka dan berinteraksi mengenai suatu destinasi, e-WOM yang positif berkontribusi pada citra destinasi yang positif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh e-WOM dan citra destinasi pada minat kunjungan di Desa Wisata Alamendah, penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kausalitas, populasi pada penelitian ini adalah responden yang belum pernah berkunjung ke Desa Wisata Alamendah, Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden yang belum pernah berkunjung ke Desa Wisata Alamendah. Data dikumpulkan dengan mendistribusikan kuesioner melalui *google forms*, dan data diproses menggunakan SPSS 21. Uji t, uji f dan koefisien determinasi digunakan untuk menguji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa pengaruh variabel e-WOM terhadap minat kunjung adalah berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,005 lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0,05. Variabel citra destinasi terhadap minat kunjung adalah berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0,05. Variabel e-WOM dan citra destinasi terhadap minat kunjung adalah berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0,05.

Kata Kunci: e-WOM, Citra Destinasi, Minat Kunjung