

## ABSTRAK

Jumlah kunjungan wisatawan nusantara dari tahun ketahun mengalami peningkatan yang signifikan. Indonesia memiliki keberagaman keindahan alam yang tersebar di banyak pulau. Salah satu destinasi yang menakjubkan terletak di pulau Sumatera Barat, yaitu Kawasan Wisata Mandeh. Sayangnya, pada tahun 2023, Kawasan ini mengalami penurunan tingkat kunjungan wisata. Dengan pertumbuhan penggunaan internet dan media sosial yang pesat di Indonesia, Pemanfaatan periklanan dan *electronic word of mouth* dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Melalui strategi periklanan yang efektif dan dukungan dari ulasan positif di *platform* media sosial, diharapkan Kawasan Wisata Mandeh dapat mendapatkan perhatian yang lebih besar dan meningkatkan daya tarik bagi wisatawan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh periklanan dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung baik secara parsial maupun simultan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisis deskriptif serta analisis regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat indonesia yang mengikuti dan mengunjungi media sosial Kawasan Wisata Mandeh. Teknik sampling yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan sampel 150 responden dengan menggunakan skala pengukuran yaitu skala ordinal.

Hasil penelitian ini menunjukkan analisis deskriptif bahwa periklanan berada pada kategori baik dengan persentase 80,9%, *electronic word of mouth* dalam kategori baik dengan persentase 78,3% dan keputusan berkunjung dalam kategori baik dengan persentase 77,6%. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. *Electronic word of mouth* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan, secara simultan periklanan dan *electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

**Kata kunci:** Periklanan, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Berkunjung