

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterlibatan variabel Media Sosial Instagram dan *Word of mouth* terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Pantai Pangandaran). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 108 responden dan sedang mengunjungi wisata Pantai Pangandaran. Metode pemilihan sampel dalam penelitian menggunakan metode *purposive sampling* dan data dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian regresi berganda menunjukkan bahwa media sosial instagram berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Pangandaran. Kemudian pada variabel *Word of mouth* juga berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Pangandaran.

Kata kunci : media sosial Instagram, *word of mouth*, *keputusan berkunjung*

Summary

The porpose of this study is to analyze the variable involvement of Instagram as Social Media and Word of Mouth of visiting decisions (Studies of Pangandaran Beach Visitors). The sample in this study are 108 respondents who visited Pangandaran Beach. The sample selection method in the study use a purposive sampling method and the data were analyzed using multiple regression analysis. The results of multiple regression studies indicate that Instagram as social media have positive effect on the decision to visit Pangandaran Beach. Then, the Word of Mouth variable also have positive effect on the decision to visit Pangandaran Beach.

Keywords : Social Media Instagram, Word of Mouth, visiting decisions