

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan melalui motivasi sebagai variabel mediasi pada destinasi wisata di Kabupaten Banyumas. Populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Kabupaten Banyumas dan dengan jumlah total sampel sejumlah 117 orang dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan alat analisis SEM AMOS dan uji sobel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata di Kabupaten Banyumas, (2) Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata di Kabupaten Banyumas, (3) Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi pada destinasi wisata di Kabupaten Banyumas, (4) Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi pada destinasi wisata di Kabupaten Banyumas, (5) Motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata di Kabupaten Banyumas, (6) Media sosial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui motivasi pada destinasi wisata di Kabupaten Banyumas, (7) Citra destinasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui motivasi pada destinasi wisata di Kabupaten Banyumas.

Kata Kunci: *Media Sosial, Citra Destinasi, Motivasi Berkunjung, Keputusan Berkunjung, Destinasi Wisata.*

SUMMARY

The purpose of this study was to determine the influence of social media, and the destination image of the decision to visit through the motivation of tourist destinations in the Banyumas Region. The population in this study is tourists that have experienced visiting one of the tourist destinations in Banyumas Region and the samples used in this study were 117 people by using purposive sampling. Methods of the data collection using the questionnaire. Data analysis using SEM AMOS and Sobel Test. the result of the study indicate that: (1) Social media has positive and significant effect on decision to visit in tourist destinations' Banyumas Region, (2) Destination image has positive and significant effect on decision to visit in tourist destinations' Banyumas Region, (3) Social media has positive and significant effect on decision to visit in tourist destinations' Banyumas Region, (4) Destination image has positive and significant effect on decision to visit in tourism destinations' Banyumas Region, (5) Motivation does not affecting on tourists' decision making in tourism destinations' Banyumas Region, (6) Social media has positive and significant influence on decision making through motivation in tourism destinations' Banyumas Region, (6) Destination image does not influence tourism decision through motivation on tourism destinations' Banyumas Region.

Keywords: social media, destination image, motivation, tourist decision making, tourism destination.