

ABSTRAK

Sektor pariwisata indonesia saat ini berkontribusi sekitar 4% dari total perekonomian. Pada tahun 2019, pemerintah Indonesia berupaya meningkatkan angka kontribusi pariwisata pada PDB dua kali lipat menjadi 8%. Jawa Barat merupakan salah satu daerah di Indonesia dengan pariwisata yang memiliki daya tarik wisata yang menakjubkan. Pemerintah Provinsi Jawa Barat terus melakukan upaya pembangunan dan pengembangan dalam sektor pariwisata dengan melakukan upaya promosi *electronic word of mouth (e-wom)* melalui akun instagram Pesona Jawa Baratku sebagai upaya untuk memperkenalkan destinasi wisata dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *electronic word of mouth (e-wom)* terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke jawa barat.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Sampel penelitian adalah 100 wisatawan yang telah mengunjungi Pariwisata jawa barat dan merupakan *followers* akun Pesona Jawa Baratku. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner, observasi, dan studi pustaka. Hasil penyebaran kuisioner diolah melalui bantuan microsoft excel 2013 dan SPSS versi 22. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier sederhana dengan bantuan *software SPSS versi 22*.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Electronic word of mouth (e-WOM)* Pesona Jawa Baratku berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *electronic word of mouth (e-WOM)* memberikan pengaruh sebesar 72,4% terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke jawa barat.

Kata Kunci: *Electronic word of mouth (E-WOM)*, Keputusan Berkunjung.