

ABSTRAK

A. TERISIA RIA KRISTIANTI (915160175)

B. PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN IMPLIKASINYA PADA MINAT KUNJUNGAN WISATA KULINER BOGOR

C. xvi + 69 halaman, 27 tabel, 4 gambar, 6 lampiran

D. *PUBLIC RELATIONS*

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan tingkat kepercayaan konsumen (*consumer confidence/consumer trust*) terhadap minat kunjungan (*visit intention*) wisata kuliner di kota Bogor. Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif. Penelitian ini mengambil sampel 105 responden, dengan penyebaran kuesioner menggunakan *google form*, dimana syarat menjadi responden adalah populasi yang pernah mengunjungi kota Bogor. Analisis data menggunakan SEM, dengan pengujian statistik melalui program Lisrel 8.80. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan konsumen (*consumer confidence/consumer trust*) dan selanjutnya berimplikasi terhadap minat kunjungan (*visit intention*) wisata kuliner Bogor. Dengan demikian, *electronic word of mouth* yang tersebar pada berbagai media harus mendapat perhatian para pengusaha wisata, khususnya wisata kuliner, jika ingin meningkatkan kunjungan wisata.

Kata Kunci: *electronic word of mouth*, tingkat kepercayaan konsumen, minat kunjungan, wisata kuliner Bogor

E. Daftar Pustaka (2001-2019) 16 buku, 5 *online*, 17 jurnal

F. Dr. Rezi Erdiansyah, M.Si