

ABSTRAK

PENGARUH *SOCIAL MEDIA ENVIRONMENTAL FACTORS* TERHADAP *VISIT INTENTION* DESTINASI WISATA PANTAI PANGANDARAN DENGAN *DESTINATION ENVY* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Oleh :

Alvi Musyaropah

203402153

Dibawah bimbingan :

Lucky Radi R., S.E., M.Si.

Allicia Deana Santosa S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-WoM*, *Subjective Norm*, dan *Visibility* terhadap *Visit Intention* yang dimediasi oleh *Destination Envy* pada destinasi wisata alam pantai Pangandaran. Metode penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner kepada pengguna aktif *social media* di pulau Jawa, dengan jumlah sampel yang memenuhi persyaratan sampel purposive dari 220 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *software* AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *E-WoM*, *Subjective Norm*, dan *Visibility* terhadap *Destination envy*. Serta terdapat pengaruh antara *Destination Envy* dengan *Visit Intention*.

Kata Kunci : *Visit Intention*; *Destination Envy*; *Visibility*; *Subjective Norm*; *E-WoM*

ABSTRACT

PENGARUH SOCIAL MEDIA ENVIRONMENTAL FACTORS TERHADAP VISIT INTENTION DESTINASI WISATA PANTAI PANGANDARAN DENGAN DESTINATION ENVY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Oleh :

Alvi Musyaropah

203402153

Under Guidance Of:

Lucky Radi R., S.E., M.Si.

Allicia Deana Santosa S.E., M.M.

This study aims to analyze the influence of E-WoM, Subjective Norm, and Visibility on Visit Intention mediated by Destination Envy at the Pangandaran beach nature tourism destination. This research method uses a survey method with a quantitative approach using a questionnaire to active social media users in Java, with a sample size that meets the purposive sample requirements of 220 respondents. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) using AMOS software. The results of this study indicate that there is an influence of E-WoM, Subjective Norm, and Visibility on Destination envy. And there is an influence between Destination Envy and Visit Intention.

Keyword : Visit Intention; Destination Envy; Visibility; Subjective Norm; E-WoM