

**PENGARUH E-WOM, CITRA DESTINASI, DAN KEPUASAN  
WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI  
KE ISTANA BASO PAGARUYUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Andalas



**NIP 198605242019032013**

**UNIVERSITAS ANDALAS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PAYAKUMBUH**

**2026**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin meningkatnya peran *electronic word of mouth* (E-WOM) dalam memengaruhi perilaku wisatawan di era digital, serta pentingnya memahami faktor-faktor yang mendorong niat berkunjung kembali pada destinasi wisata budaya seperti Istana Baso Pagaruyung. Penelitian bertujuan untuk melihat pengaruh E-WOM, Citra Destinasi, dan Kepuasan Wisatawan terhadap niat berkunjung kembali pada wisatawan Istana Baso Pagaruyung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Responden penelitian berjumlah 110 responden, kemudian data diolah serta dianalisis menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan software *SmartPLS* versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan variabel E-WOM berpengaruh positif signifikan terhadap citra destinasi dan niat berkunjung kembali, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Variabel citra destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan wisatawan namun tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Variabel kepuasan wisatawan berpengaruh positif signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hal ini menjelaskan bahwa informasi dan ulasan yang diperoleh wisatawan mampu membentuk persepsi positif dan mendorong niat untuk kembali berkunjung, namun kepuasan wisatawan lebih dipengaruhi oleh pengalaman langsung di destinasi.