

ABSTRAK

Pengaruh *Perceived Quality* dan Atribut Islami Destinasi Terhadap *Electric Word Of Mouth* Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai *Variabel Intervening* (Studi Penelitian Pada Destinasi Wisata Halal Sumatera Barat , Indonesia)

Oleh: Hendramandariza Martha

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived quality* dan Atribut Islami terhadap EWOM dengan Kepuasan wisatawan sebagai variabel *intervening* pada destinasi wisata wisata halal Sumatera Barat. Sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 120 responden yang telah bekerja dan mengunjungi destinasi wisata halal Sumatera Barat dan berusia 18-50 tahun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purpose sampling*. penelitian ini dianalisis dengan analisis menggunakan program SPSS versi 16. hasil penelitian ini adalah (1)*Perceived quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap EWOM(2)Atribut islam memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (3)Kepuasan wisatawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap EWOM.

Kata Kunci : *perceived quality*, Atribut Islam, Kepuasan Wisatawan, EWOM

