

Abstract

Goa Kreo is one of the leading tourist destinations in Semarang, Central Java. However, in the last 18 months, the number of tourist visits to Goa Kreo has decreased. This study aims to analyze the factors that influence tourists' interest in visiting Goa Kreo and provide recommendations for strategies to increase travel intention. This study uses a quantitative method with a Structural Equation Modeling (SEM) and Partial Least Square (PLS) approach. The results show that Electronic Word of Mouth (e-WOM) and trust have a positive effect on tourists' interest in visiting. Additionally, e-WOM also has a positive effect on tourists' trust. This study recommends several strategies to increase tourist interest in visiting Goa Kreo, by increasing e-WOM through increasing social capital, interpersonal influence, trust, and building homophily.

Keywords: Goa Kreo, travel intention, e-WOM, trust, SEM-PLS

Abstrak

Goa Kreo adalah salah satu destinasi wisata terkemuka di Semarang, Jawa Tengah. Namun, dalam 18 bulan terakhir, jumlah kunjungan wisatawan ke Goa Kreo telah menurun. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi Goa Kreo dan memberikan rekomendasi strategi untuk meningkatkan intensi perjalanan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan kepercayaan memiliki efek positif pada minat wisatawan untuk mengunjungi. Selain itu, e-WOM juga memiliki efek positif pada kepercayaan wisatawan. Penelitian ini merekomendasikan beberapa strategi untuk meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi Goa Kreo, yaitu dengan meningkatkan e-WOM melalui peningkatan modal sosial, pengaruh antarpribadi, kepercayaan, dan membangun homofili.

Kata kunci: Goa Kreo, intensi perjalanan, e-WOM, kepercayaan, SEM-PLS