

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Film Ngeri-Ngeri Sedap Terhadap Minat Berkunjung Ke Destinasi Wisata Danau Toba Di Mediasi Motivasi (Penelitian Kasus “Film Ngeri-Ngeri Sedap”). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner skala likert. Populasi pada penelitian ini sebanyak 2.886.121 orang dengan sampel menggunakan rumus Slovin persentase 10% dengan jumlah sebanyak 100 responden. Dengan menggunakan *software* SmartPLS 4.0, teknik pengujian data menggunakan Uji R-Square, Uji Validitas, Uji Realibilitas dan Uji Hipotesis menggunakan Bootstrapping. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra destinasi pada film Ngeri-Ngeri Sedap berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata Danau Toba di mediasi Motivasi. Saran pada penelitian ini: (1) Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menguji variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ke destinasi wisata Danau Toba. (2) Diharapkan penelitian ini berguna bagi industri pariwisata untuk mempromosikan pariwisata melalui film. (3) Diharapkan penelitian ini berguna sebagai informasi dan bahan pertimbangan industri film untuk bekerja sama dengan industri pariwisata untuk menjadikan destinasi wisata sebagai latar tempat film dengan fokus penayangan di lokasi atribut pemandangan, lanskap film, kebudayaan asli, kehidupan sosial dan kegiatan asli masyarakat.

**Kata Kunci:** Citra Destinasi, Motivasi, Minat Berkunjung, Pariwisata Film

