

ABSTRAK

Judul Penelitian “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Tourist Motivation* terhadap *Satisfaction* serta *Revisit Intention*” (Studi pada Wisatawan Nusantara Obyek Wisata Pantai Krakal, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta) 2019. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan *tourist motivation* terhadap *satisfaction* serta *revisit intention* pada wisatawan nusantara yang sedang mengunjungi Obyek Wisata Pantai Krakal, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Galang Aitarra, Nomor Mahasiswa 152150089, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Dosen Pembimbing I Eny Endah Pujiastuti dan Dosen Pembimbing II Hastho Joko Nur Utomo.

Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang sedang berkunjung di Pantai Krakal. Sampel pada penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berkunjung di Pantai Krakal dengan karakteristik wisatawan nusantara. Ukuran sampel pada penelitian ini 120 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling*. Teknik analisis data deskriptif dan analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Hipotesis menggunakan t-test.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction* dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Ada pengaruh signifikan dari variabel *tourist motivation* terhadap *satisfaction* dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Ada pengaruh signifikan *electronic word of mouth* terhadap *revisit intention* dengan nilai sig $0,028 < 0,05$. Ada pengaruh signifikan *tourist motivation* terhadap *revisit intention* dengan nilai sig $0,041 < 0,05$. Ada pengaruh signifikan *satisfaction* terhadap *revisit intention* dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Ada pengaruh antara *electronic word of mouth* dan *tourist motivation* terhadap *revisit intention* melalui *satisfaction*.

Berdasarkan hasil penelitian, untuk mendapatkan niat kunjungan ulang dari wisatawan, pengelola Pantai Krakal harus mampu membuat setiap wisatawan yang datang terpuaskan setelah melakukan kunjungan dengan cara meningkatkan *electronic word of mouth* yang baik di benak wisatawan dan menciptakan suatu motivasi wisata yang dapat memenuhi harapan wisatawan dengan cara meningkatkan serta mengoptimalkan penyebaran informasi mengenai Pantai Krakal melalui media elektronik, meningkatkan dan menjaga suasana Pantai Krakal yang masih asri agar wisatawan dapat beristirahat dan bersantai dengan nyaman. Pengelola Pantai Krakal harus kreatif dan berinovasi, memperbaiki, meningkatkan penyebaran informasi mengenai keunggulan dan pengalaman positif wisatawan di media elektronik serta menambah hal baru yang inovatif di Pantai Krakal sehingga wisatawan dapat menambah pengalaman baru ketika berkunjung agar Pantai Krakal bisa bertahan dari banyaknya pantai-pantai baru bahkan obyek wisata baru yang bermunculan di Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya Kabupaten Gunungkidul.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, *Tourist Motivation*, *Satisfaction*, *Revisit Intention*.