

ABSTRAKSI

Ilham Rizqi Akbar, Nomor Induk Mahasiswa 152190032, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “Pengaruh *Memorable Tourist Experience* Terhadap *Affective Commitment* Serta Dampaknya Pada *E-WOM* dan *Revisit Intention* (Studi pada wisatawan yang telah berkunjung ke Pantai Logending Kebumen). Pembimbing I Eny Endah Pujiastuti dan Pembimbing II Hastho Joko Nur U.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Memorable Tourist Experience* Terhadap *Affective Commitment* Serta Dampaknya Pada *E-WOM* dan *Revisit Intention* (Studi pada wisatawan yang telah berkunjung ke Pantai Logending Kebumen). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang sudah melakukan kunjungan minimal satu kali pada Objek Wisata Pantai Logending yang jumlahnya tidak terhingga. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah melakukan kunjungan minimal satu kali pada Objek Wisata Pantai Logending. Ukuran sampel dengan 138 responden didapatkan dari perhitungan rumus Machin dan Cambell. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dengan tabel dan persentasi, serta analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *affective commitment*, *affective commitment* berpengaruh signifikan terhadap *e-WOM*, *affective commitment* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, dan *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *affective commitment*.

Berdasarkan hasil penelitian, Objek Wisata Pantai Logending harus mampu meningkatkan kualitas produk wisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan agar membuat wisatawan dapat memiliki rasa komitmen terhadap destinasi dan mampu menciptakan pengalaman yang berkesan dan tidak terlupakan bagi wisatawan, sehingga wisatawan bisa membagikan informasi positif di internet dan memiliki keinginan untuk mengunjungi kembali Objek Wisata Pantai Logending di masa depan.

Kata Kunci: *Memorable Tourist Experience, Affective Commitment, E-WOM, Revisit Intention*