

**PENGARUH CITRA DESTINASI, E-WOM, DAN *PERCEIVED VALUE*  
TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN DENGAN KEPUASAN  
SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI  
(Studi Pada Objek Wisata Heha Ocean View, Kabupaten Gunung Kidul,  
Daerah Istimewa Yogyakarta)**

ERIK CASTONA

NIM. 141190255

E-mail : 141190255@student.upnyk.ac.id

Dosen Pembimbing :

Yuli Liestyana, SE, M.Si

**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas pengaruh Citra Destinasi, *E-WOM*, dan *Perceived value* terhadap Loyalitas Wisatawan dengan Kepuasan sebagai variabel pemediasi. Data pada penelitian ini diambil dengan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer dari jawaban responden sebanyak 100 wisatawan Heha Ocean View dengan Teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dihitung dengan menggunakan skala likert dan kemudian dianalisis menggunakan PLS pada software SMART PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Citra destinasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Heha Ocean View, 2) *Electronic Word of Mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Heha Ocean View, 3) *Perceived value* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Heha Ocean View, 4) Kepuasan wisatawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan Heha Ocean View, 5) Citra destinasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan Heha Ocean View, 6) *Electronic Word of Mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan Heha Ocean View, 7) *Perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan Heha Ocean View, 8) Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan Heha Ocean View yang dimediasi oleh kepuasan wisatawan, 9) *Electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan Heha Ocean View yang dimediasi oleh kepuasan wisatawan, 10) *Perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan Heha Ocean View yang dimediasi oleh kepuasan wisatawan.

**Kata kunci :** citra destinasi, *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), *perceived value*, loyalitas wisatawan, kepuasan wisatawan