

ABSTRAKSI

Ibrahim Feba Naufalindo, Nomor Induk Mahasiswa 152190045, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Judul penelitian "Pengaruh *Tourist Engagement* Terhadap *Tourist satisfaction* dan *eWOM* serta Dampaknya terhadap *Loyalty* Pada Wisatawan (Studi pada Wisatawan yang Telah Mengunjungi Objek Wisata The World Landmark Merapi Park)". Pembimbing I Dr.Eny Endah Pujiastuti, S.Sos, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Tourist Engagement* Terhadap *Tourist satisfaction* dan *eWOM* serta Dampaknya terhadap *Loyalty* Pada Wisatawan (Studi pada Wisatawan yang Telah Mengunjungi Objek Wisata The World Landmark Merapi Park). Populasi penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah melakukan kunjungan di destinasi Objek Wisata The World Landmark Merapi Park yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research* dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke objek wisata Puncak Segoro sebanyak dua kali dan sudah pernah melakukan ulasan terhadap objek wisata Objek Wisata The World Landmark Merapi Park. Ukuran sampel dengan 165 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 hipotesis menggunakan uji T untuk menguji hubungan langsung, dan Uji Sobel untuk menguji hubungan tidak langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Tourist Engagement* berpengaruh signifikan terhadap *Tourist Satisfaction*, *Tourist Engagement* berpengaruh signifikan terhadap *eWOM*, *Tourist Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *eWOM*, *Tourist Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty*, *eWOM* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty*, *Tourist Engagement* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty*, *Tourist Engagement* berpengaruh signifikan terhadap *eWOM* melalui *Tourist Satisfaction*, *Tourist Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty* melalui *eWOM*, *Tourist Engagement* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty* melalui *Tourist Satisfaction*, dan *Tourist Engagement* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty* melalui *eWOM*. Berdasarkan hasil penelitian, objek wisata The World Landmark Merapi Park diharapkan mampu menciptakan rasa terlibat bagi wisatawan sehingga meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong wisatawan untuk melakukan ulasan positif terhadap objek wisata sehingga wisatawan akan kembali mengunjungi The World Landmark Merapi Park dimasa depan

Kata Kunci: *Tourist Engagement, Tourist Satisfaction, eWOM, Loyalty*