

ABSTRAK

PENGARUH *TOURIST DESTINATION ONLINE CONTENT* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DIMEDIASI OLEH *SATISFACTION* DAN *DIGITAL MARKETING INTERACTIONS*

(Survei pada Wisatawan Ledok Sambu Ecopark)

Alya Ainun Amni Azizah

NIM 141210028

alyaainun7@gmail.com

Pembimbing:

Dr. Widhy Tri Astuti, S.E., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *tourist destination online content* terhadap *revisit intention* yang dimediasi oleh *satisfaction* dan *digital marketing interactions*. Penelitian ini termasuk kedalam pendekatan penelitian kuantitatif, menggunakan data primer yang diperoleh dari 150 sampel yang merupakan pengunjung sekaligus pengikut akun media sosial Instagram dan TikTok Ledok Sambu Ecopark, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tourist destination online content* terhadap *revisit intention*, *satisfaction* dan *digital marketing interactions* berpengaruh positif dan signifikan. Kemudian, *satisfaction* dan *digital marketing interactions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Selanjutnya, *satisfaction* memediasi hubungan *tourist destination online content* dengan *revisit intention* dalam arah positif sedangkan *digital marketing interactions* memediasi *tourist destination online content* dengan *revisit intention* dalam arah negatif.