

ABSTRAK

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAYA TARIK WISATA, FASILITAS
DAN AKSESIBILITAS TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN**
(Studi Pada Wisatawan Desa Wisata Tomok, Kabupaten Samosir, Danau Toba)

Angga Alex Ronatal Sihombing
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) *electronic word of mouth*, daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, 2) *electronic word of mouth* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, 3) daya tarik wisata secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, 4) fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, 5) aksesibilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Desa Wisata Tomok dan pengguna media sosial Instagram. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linear berganda, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *electronic word of mouth*, daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, 2) *electronic word of mouth* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, 3) daya tarik wisata secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, 4) fasilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, 5) aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Aksesibilitas, dan kepuasan wisatawan

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, ATTRACTION, AMENITIES
AND ACCESSIBILITY TOWARDS TOURIST SATISFACTION
IN TOMOK VILLAGE TOUR**

Angga Alex Ronatal Sihombing
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2021

This research aims to know whether or not: 1) *electronic word of moth*, attraction, amenities, and accessibility simultaneously influence tourist satisfaction, 2) *electronic word of mouth* partially influence tourist satisfaction, 3) attraction partially influence tourist satisfaction, 4) amenities partially influence tourist satisfaction, 5) accessibility partially influence tourist satisfaction. The population in this study was visitor of Tomok Village Tour and Instagram social media users. This sampel used in this study as many as 100 respondents. Data analysis techniques used in this research were multiple linear regression, F test, and t test. This research results shows that: 1) *electronic word of mouth*, attraction, amenities, and accessibility simultaneously influenced tourist satisfaction, 2) *electronic word of mouth* partially influenced tourist satisfaction 3) attraction partially influenced tourist satisfaction, 4) amenities did not influence tourist satisfaction, 5) accessibility partially influenced tourist satisfaction.

Keywords: *electronic word of mouth*, attraction, amenities, accessibility and towards tourist satisfaction.

