

**ABSTRAK****PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN ATRIBUT PRODUK  
WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG  
DI HUTAN PINUS MANGUNAN**

Fransisca Ayu Dewi Cahyani  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta

2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, 2) atribut produk wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, 3) *electronic word of mouth* dan atribut produk wisata secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, 4) perbedaan kepuasan pengunjung berdasarkan kelompok usia di Hutan Pinus Mangunan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Hutan Pinus Mangunan dengan rentang umur, 17-45 tahun. 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, uji t, uji beda *One Way ANOVA*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, 2) atribut produk wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, 3) *electronic word of mouth* dan atribut produk wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, 4) terdapat perbedaan kepuasan pengunjung berdasarkan kelompok usia.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Atribut Produk Wisata, dan Kepuasan Pengunjung

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* AND TOURISM  
PRODUCT ATTRIBUTE TOWARDS VISITOR SATISFACTION  
IN PINE FLOREST MANGUNAN**

Fransisca Ayu Dewi Cahyani  
Sanata Dharma Unniversity  
Yogyakarta

2019

This research aims to know: 1) the influence of *electronic word of mouth* towards visitor satisfaction, 2) the influence of tourism product attribute towards visitor satisfaction, 3) *electronic word of mouth* and tourism product attributes simultaneously towards visitor satisfaction, 4) difference in visitor satisfaction based on age groups in Pine Florest Mangunan. The population in this study was visitors of Pine Florest Mangunan in the age range of 17-45 years old. This research used *purposive sampling*. This sampel used in this study amounted to 100 respondents. Data analysis techniques used in this research were multiple linear regression, F test, T test, different *One Way ANOVA* test.

This research results showed that: 1) *electronic word of mouth* influenced visitor satisfaction, 2) tourism product attributes influenced visitor satisfaction, 3) *electronic word of mouth* and tourism product attributes influenced visitors satisfaction, 4) there were differences in visitor satisfaction based on age groups.

Keyword: *Electronic Word of Mouth*, Tourism Product Attributes, and Visitor Satisfaction