

ABSTRAK

Alwiyah, Nafilatul. 2024. Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekowisata Umbul Pelem Klaten. Skripsi. Program Studi Ekonomi. Fakultas Sosial dan Humaniora. Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Pembimbing Rizki Febri Eka Pradani, M.Pd.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Promosi, Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan wadah ungkapan konsumen tentang penilaianya terhadap kinerja atau hasil produk yang dirasakan. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa pengaruhnya *electronic word of mouth* dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Ekowisata Umbul Pelem Klaten.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan data yang dilakukan menggunakan penyebaran angket atau kuesioner kepada 96 responden yang termasuk dalam sampel penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinan.

Hasil dalam penelitian ini yaitu hasil uji parsial (Uji-t) pada variabel X_1 diperoleh nilai sig. $0,009 < 0,05$ dengan nilai t-hitung $2,686 > t$ -tabel 1661. Dan pada variabel X_2 diperoleh nilai sig. $<0,001 < 0,05$ dengan nilai t-hitung $3,799 > t$ -tabel 1661. Sehingga secara parsial variabel X_1 dan X_2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.

Secara simultan variabel *electronic word of mouth* (X_1) dan promosi (X_2) bersama-sama mempengaruhi terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) di Ekowisata Umbul Pelem Klaten. Sehingga pada penelitian ini diartikan bahwa variabel X_1 dan X_2 berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel Y dengan nilai uji F-hitung yang diperoleh sebesar $20,080 > F$ -tabel 3,094 dan nilai signifikansi sebesar $<0,001 < 0,05$.