ABSTRAK

Maya Majesta Panyongang: Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 27 Agustus 2018. Dengan judul "Pengaruh Pegalaman, Motivasi, Citra Destinasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan Di Obyek Wisata Taman Sari – Yogyakarta" Pembimbing I: Dr. Dyah Sugandini, M.Si dan Pembimbing II: Dr. Dra Wisnalmawati, MM.

Keberadaan objek wisata Taman Sari sebagai destinasi wisata di Yogyakarta tentu menjadi daya Tarik bagi wisatawan mancanegara dan wisatawan lokal. Penelitian ini di lakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung pengalaman, motivasi, citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan sebagai variabel intervening. Penelitian ini di lakukan pada wisatawan Mancanegara dan wisatawan lokal yang mengunjungi objek wisata Taman Sari – Yogyakarta dengan mengambil sampel sebanyak 100 wisatawan dengan teknik analisis data menggunakan Structural Equational Model (SEM) dengan Program Smart PLS 3.0. Kriteria sampel yaitu wisatawan yang melakukan kunjungan wisata untuk tujuan wisata heritage.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1. pengalaman berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan, 2. motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan, 3. citra destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas, 4. citra destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas 5. pengalaman berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas, 6. kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas.

Berdasarkan hasil, di peroleh bahwa variabel kepuasan memiliki nilai koefesien pangaruh paling tinggi terhadap variabel loyalitas. Varibel kepuasan juga merupakan mediator dari variabel pengalaman, motivasi dan citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan. Sehingga kepuasan akan di peroleh jika pengalaman, motivasi dan citra destinasi sesuai dengan yang mereka harapkan. Oleh karena itu, pengelola harus meningkatkan kualitas bangunan Taman Sari, kualitas dari cerita sejarah budayanya, dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi atau bahkan melebihi ekspektasi wisatawan.

Kata kunci: pengalaman, motivasi, citra destinasi, kepuasan, loyalitas, wisatawan,