

## ABSTRAK

Kontestantri Dwi Pinilih, Nomor Mahasiswa 152150102, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Destination Image* dan *Destination Personality* Terhadap *Tourist Satisfaction* serta *Trust*” (Studi Pada Wisatawan Milenial Mojosemi *Forest Park*, Magetan, Jawa Timur), 2019. Dosen Pembimbing I Eny Endah Pujiastuti dan Dosen Pembimbing II Sadeli.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Destination Image* dan *Destination Personality* terhadap *Tourist Satisfaction* serta *Trust* pada wisatawan milenial Mojosemi *Forest Park*, Magetan, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Ukuran sampel pada penelitian ini 121 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah probability sampling. Teknik analisis data deskriptif dan analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Destination Image* berpengaruh signifikan terhadap *Tourist Satisfaction* dengan nilai sig 0,005 <0,05. Ada pengaruh signifikan dari variabel *Destination Personality* terhadap *Tourist Satisfaction* dengan nilai sig 0,000 <0,05. Ada pengaruh signifikan *Destination Image* terhadap *Trust* dengan nilai sig 0,038 <0,05. Ada pengaruh signifikan variabel *Destination Personality* terhadap *Trust* dengan nilai sig 0,046 <0,05. Ada pengaruh signifikan *Tourist Satisfaction* terhadap *Trust* menunjukkan nilai sig P 0,000 <0,05. Ada pengaruh tidak langsung antara *destination image* dan *destination personality* terhadap *trust* melalui *tourist satisfaction*.

Berdasarkan hasil penelitian ini Mojosemi *Forest Park* disarankan untuk terus memberikan dan meningkatkan pelayanan, fasilitas dan sarana prasarana terbaik agar memunculkan citra destinasi yang positif dan menimbulkan citra positif dari dalam diri wisatawan, karena kepuasan wisatawan muncul dipengaruhi oleh salah satu faktor yaitu image dari obyek wisata tersebut. wisatawan yang merasa puas akan destinasi tersebut akan percaya pada obyek wisata tersebut dan membuat wisatawan memutuskan untuk berkunjung pada obyek wisata Mojosemi *Forest Park*.

Kata Kunci: *Destination Image*, *Destination Personality*, *Tourist Satisfaction*, *Trust*.