

ABSTRAK

Siti Aminatul Zahro , Nomor Induk Mahasiswa 152150065, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “pengaruh *Tourist Experience* terhadap *Satisfaction*, *Trust* dan *Behavior Intention*” (Studi pada Wisatawan di Objek Wisata Punthuk Setumbu Borobudur). Pembimbing I Dr. Eny Endah Pujiastuti, S.Sos., M.Si dan Pembimbing II Dr.H.Lukmono Hadi, M.S.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Tourist Experience* terhadap *Satisfaction*, *Trust* dan *Behavior Intention* (Studi pada Wisatawan di Objek Wisata Punthuk Setumbu Borobudur). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Punthuk Setumbu. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Populasinya merupakan seluruh wisatawan di Destinasi Wisata Punthuk Setumbu. Ukuran sampel dengan 119 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 *Tourist Experience* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction*, *Tourist Experience* berpengaruh signifikan terhadap *Trust*, *Tourist Experience* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*, *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Trust*, *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*, *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*, *Tourist Experience* berpengaruh terhadap *Behavior Intention* melalui *Satisfaction*, *Tourist Experience* berpengaruh terhadap *Trust* melalui *Satisfaction*, dan *Tourist Experience* berpengaruh terhadap *Behavior Intention* melalui *Trust*.

Berdasarkan hasil penelitian, Wisata Punthuk Setumbu harus mampu mempertahankan dan meningkatkan *Tourist Experience* wisata untuk berkunjung yang berpengaruh *Trust* dan *Satisfaction* wisatawan sehingga dapat menyebabkan *Behavuur Intention* wisatawan terhadap Destinasi Wisata Punthuk Setumbu yang tentunya berdampak pada peningkatan pangsa pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: *Tourist Experience*, *Satisfaction*, *Trust*, *Behavior Intention*