

## ABSTRAK

Pristi Yeza Naira , Nomor Induk Mahasiswa 152150007, Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian pengaruh *Destination Image* dan *Perceived Quality* terhadap *Satisfaction* dan *Behavior Intention*” (Studi pada wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Brayut). Pembimbing 1 Eny Endah Pujiastuti dan Pembimbing II Sadeli.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Destination Image* dan *Perceived Quality* terhadap *Satisfaction* serta *Behavior Intention*” (Studi pada wisatawan Desa Wisata Brayut Sleman). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Desa Wisata Brayut. Penelitian ini termasuk dalam tipe *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Populasinya merupakan seluruh wisatawan Destinasi Wisata Desa Wisata Brayut. Ukuran sampel dengan 116 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling*. Teknik analisis data deskriptif dan analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Destination Image* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Satisfaction*, variabel *Perceived Quality* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Satisfaction*, variabel *Destination Image* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Behavior Intention*, variabel *Perceived Quality* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Behavior Intention*, variabel *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Behavior Intention*, variabel *Destination Image* berpengaruh terhadap variabel *Behavior Intention* melalui variabel *Satisfaction*, variabel *Perceived Quality* berpengaruh terhadap variabel *Behavior Intention* melalui variabel *Satisfaction*.

Berdasarkan hasil penelitian, Desa Wisata Brayut harus mampu mempertahankan dan meningkatkan *Destination Image* dan *Perceived Quality* yang telah dimiliki hal tersebut akan berpengaruh pada *Satisfaction* wisatawan sehingga dapat menyebabkan *Behavior Intention* wisatawan terhadap Desa Wisata Brayut yang tentunya berdampak pada peningkatan pangsa pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: *Destination Image*, *Perceived Quality*, *Satisfaction*, *Behavior Intention*