

ABSTRAK

Pristalla Shabrina, Nomor Induk Mahasiswa 152160080, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian “Pengaruh *Perceived Destination Image* dan *Attribute Perception* terhadap *Tourist Satisfaction* serta *Intention to Recommend*” (Studi pada wisatawan yang telah berkunjung ke Candi Prambanan, Yogyakarta). Pembimbing I Eny Endah Pujiastuti dan Pembimbing II Meilan Sugiarto.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived destination image* dan *attribute perception* terhadap *tourist satisfaction* serta *intention to recommend* (Studi pada wisatawan yang telah berkunjung ke Candi Prambanan, Yogyakarta). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Candi Prambanan. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Populasinya merupakan seluruh wisatawan yang telah berkunjung di destinasi wisata Candi Prambanan. Ukuran sampel dengan 129 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah analisis data deskriptif dan analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable *perceived destination image* berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction*, *attribute perception* berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction*, *perceived destination image* berpengaruh signifikan terhadap *intention to recommend*, *attribute perception* berpengaruh signifikan terhadap *intention to recommend*, *tourist satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *intention to recommend*, *perceived destination image* berpengaruh terhadap *intention to recommend* melalui *tourist satisfaction*, *attribute perception* berpengaruh terhadap *intention to recommend* melalui *tourist satisfaction*.

Berdasarkan hasil penelitian, destinasi wisata Candi Prambanan harus mampu mempertahankan citra destinasi dan atribut-atribut yang ada di taman wisata agar wisatawan mendapatkan pengalaman yang memuaskan sehingga akan timbul niat untuk merekomendasikan destinasi wisata yang sama.

Kata Kunci: *Perceived Destination Image*, *Attribute Perception*, *Tourist Satisfaction*, *Intention to Recommend*