

## ABSTRAK

Diftiany Rahma Soleha, Nomor Mahasiswa 152160125, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Tourist Emotions* dan *Authenticity* terhadap *Tourist Satisfaction* serta dampaknya pada *Place Attachment*” (Studi pada wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Keraton Yogyakarta) 2021. Dosen Pembimbing I Eny Endah Pujiastuti dan Pembimbing II Suratna.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Tourist Emotions* dan *Authenticity* terhadap *Tourist Satisfaction* serta dampaknya pada *Place Attachment* (Studi pada wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Keraton Yogyakarta). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Keraton Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Keraton Yogyakarta. Ukuran sampel dengan 127 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif yang dijelaskan melalui data tabel dan presentasi dan analisis inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tourist emotions* berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction*. *Authenticity* berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction*. *Tourist emotions* berpengaruh signifikan terhadap *place attachment*. *Authenticity* berpengaruh signifikan terhadap *place attachment*. *Tourist satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *place attachment*. *Tourist emotions* berpengaruh signifikan terhadap *place attachment* melalui *tourist satisfaction*. *Authenticity* berpengaruh signifikan terhadap *place attachment* melalui *tourist satisfaction*.

Berdasarkan hasil penelitian, destinasi wisata Keraton Yogyakarta harus mampu mempertahankan dan meningkatkan perasaan emosi positif yang diberikan kepada wisatawan dan menjaga serta merawat keaslian warisan budaya untuk memberikan pengalaman yang otentik, unik, dan berbeda dari wisata lainnya, sehingga wisatawan mendapatkan kepuasan setelah melakukan kunjungan wisata dan memiliki sebuah ingatan yang baik yang secara tidak sadar akan membangun hubungan berupa keterikatan tempat antara wisatawan dan destinasi wisata tersebut.

Kata kunci : *Tourist Emotions, Authenticity, Tourist Satisfaction, Place Attachment.*