

ABSTRAK

Utamirohmahsari, Nomor Induk Mahasiswa 152180058, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul penelitian “Pengaruh *Destination Reputation* Dan *Destination Attribute* Terhadap *Perceived Trust* Dan *Memorable Tourism Experience* Serta Dampaknya Pada *Revisit Intention* (Studi pada wisatawan yang telah berkunjung ke Pantai Parangtritis, Kab.Bantul. Daerah Istimewa Yogyakarta). Pembimbing I Eny Endah Pujiastuti dan Pembimbing II Ida Susi Dewanti.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Destination Reputation* Dan *Destination Attribute* Terhadap *Perceived Trust* Dan *Memorable Tourism Experience* Serta Dampaknya Pada *Revisit Intention* (Studi pada wisatawan yang telah berkunjung ke Pantai Parangtritis, Kab.Bantul. Daerah Istimewa Yogyakarta). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Pantai Parangtritis yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke objek wisata Pantai Parangtritis. Ukuran sampel dengan 188 responden didapatkan dari perhitungan rumus Machin dan Cambell. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dengan data tabel dan persentasi, serta analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *destination reputation* berpengaruh signifikan terhadap *perceived trust*, *destination attribute* berpengaruh signifikan terhadap *memorable tourism experience*, *perceived trust* berpengaruh signifikan terhadap *memorable tourism experience*, *destination reputation* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *destination attribute* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *perceived trust* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *memorable tourism experience* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. *Destination reputation* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *perceived trust*, *destination attribute* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *memorable tourism experience*, *perceived trust* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *memorable tourism experience*. Berdasarkan hasil penelitian, objek wisata Pantai Parangtritis harus dapat mempertahankan reputasi positif yang dimiliki destinasi dan dapat menyediakan atribut destinasi yang memenuhi kebutuhan wisatawan agar membuat wisatawan dapat memiliki rasa kepercayaan terhadap destinasi dan mampu menciptakan pengalaman yang tidak terlupakan sehingga wisatawan memiliki keinginan untuk kembali berkunjung ke Pantai Parangtritis di masa depan.

Kata Kunci : *Destination Reputation, Destination Attribute, Perceived Trust, Memorable Tourism Experience, Revisit Intention.*