

ABSTRAK

Aldy Ciptha Primanda, Nomor Induk Mahasiswa 152170006, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian “Pengaruh *Destination Image* dan *Destination Personality* terhadap *Self Congruity* serta *Behavior Intention*” (Studi pada orang yang belum berkunjung ke Obelix Hills yang berdomisili di Yogyakarta). Pembimbing 1 Eny Endah Pujiastuti dan Pembimbing II Didik Indarwanta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Destination Image* dan *Destination Personality* terhadap *Self Congruity* serta *Behavior Intention*” (Studi pada orang yang belum berkunjung ke Obelix Hills yang berdomisili di Yogyakarta). Populasi dalam penelitian ini adalah Orang yang belum berkunjung ke Obelix Hills yang berdomisili di Yogyakarta. Penelitian ini bersifat *explanatory* dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel penelitian merupakan Orang yang belum melakukan kunjungan ke Obelix Hills yang berdomisili di Yogyakarta dengan umur minimal 17 tahun. Rumus Machin dan Chambel digunakan untuk perhitungan ukuran sampel yang menghasilkan 151 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan data tabel dan presentasi, serta analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Destination Image* berpengaruh signifikan terhadap *Self Congruity*. *Destination Personality* berpengaruh signifikan terhadap *Self Congruity*. *Destination Image* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*. *Destination Personality* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*. *Self Congruity* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*. *Destination Image* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* melalui *Self Congruity*. *Destination Personality* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* melalui *Self Congruity*.

Berdasarkan hasil penelitian, objek wisata Obelix Hills harus mampu mempertahankan dan meningkatkan citra dan karakteristik atau kepribadian destinasi dengan selalu memperhatikan kualitas dari objek wisata itu sendiri karena, hal itu berdampak pada tingkat kesesuaian diri dan niat perilaku calon wisatawan yang ingin melakukan kunjungan ke destinasi Obelix Hills. Citra dan karakteristik destinasi yang positif akan berdampak pada tingkat kesesuaian diri seseorang dan secara tidak sadar akan menimbulkan niat perilaku terhadap destinasi wisata.

Kata Kunci: *Destination Image, Destination Personality, Self Congruity, Behavior Intention*