

ABSTRAK

Ellena Wardani, Nomor Induk Mahasiswa 152180122, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “Pengaruh *Memorable Tourist Experience* Terhadap *Perceived Value* dan *Affective Commitment* Serta Dampaknya Pada *Storytelling Behavior* (Studi pada wisatawan yang telah berkunjung ke Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur). Pembimbing I Eny Endah Pujiastuti dan Pembimbing II Didik Indarwanta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Memorable Tourist Experience* Terhadap *Perceived Value* dan *Affective Commitment* Serta Dampaknya Pada *Storytelling Behavior* (Studi pada wisatawan yang telah berkunjung ke Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang melakukan kunjungan minimal untuk kedua kalinya di Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur yang jumlahnya tidak terhingga. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah melakukan kunjungan minimal dua kali pada Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur. Ukuran sampel dengan 160 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 *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value*, *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *affective commitment*, *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *storytelling behavior*, *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *affective commitment*, *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *storytelling behavior*, *affective commitment* berpengaruh signifikan terhadap *storytelling behavior*, *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *storytelling behavior* melalui *perceived value*, *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *storytelling behavior* melalui *affective commitment*, *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *affective commitment* melalui *perceived value*, *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *storytelling behavior* melalui *affective commitment*.

Berdasarkan hasil penelitian, Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur harus mampu mempertahankan dan meningkatkan pengalaman wisata yang berkesan agar dapat meningkatkan nilai yang diterima oleh wisatawan sehingga menumbuhkan komitmen afektif pada destinasi tersebut dan memberikan dampak yaitu terciptanya perilaku bercerita wisatawan.

Kata Kunci: *Memorable Tourist Experience, Perceived Value, Affective Commitment, Storytelling Behavior*