

ABSTRAK

PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *TRAVEL MOTIVATION*, DAN *TOURIST EXPERIENCE* TERHADAP *FUTURE BEHAVIOR* MELALUI *SATISFACTION* PADA PENGUNJUNG LAVA TOUR YOGYAKARTA

SAVINA VIYO MEKARAYUNINGTYAS

NIM. 141190234

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

141190234@student.upnyk.ac.id

Dosen Pembimbing:

Dr. Dyah Sugandini, S.E., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived value*, *travel motivation*, dan *tourist experience* terhadap *future behavior* dengan *satisfaction* sebagai variabel mediasi. Penelitian bersifat kuantitatif, dimana data diperoleh melalui kuesioner menggunakan *google form* sehingga mendapatkan 108 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah mengunjungi destinasi wisata Lava Tour Yogyakarta, Yogyakarta minimal satu kali dengan teknik pemilihan sampel yaitu *purposive sampling*. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik *Partial Least Square (PLS)* dengan software *SmartPLS 3.0* sehingga menghasilkan kesimpulan bahwa: 1) *Perceived value* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *future behavior*; 2) *Travel motivation* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *future behavior*; 3) *Tourist experience* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *future behavior*; 4) *Perceived value* berpengaruh tidak langsung secara positif dan signifikan terhadap *future behavior* melalui *satisfaction*; 5) *Travel motivation* berpengaruh tidak langsung secara positif dan signifikan terhadap *future behavior* melalui *satisfaction*; dan 6) *Pengalaman* berpengaruh tidak langsung secara positif dan signifikan terhadap *future behavior* melalui *satisfaction*.

Kata kunci: *Perceived Value*, *Travel motivation*, *Tourist experience*, *Future behavior*, dan *Satisfaction*