

## ABSTRAKSI

Audry Eva Meylinda, Nomor Induk Mahasiswa 152190120, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul penelitian “Pengaruh *Tourist Motivation* dan *Destination Image* Terhadap *Novelty Seeking* Serta Dampaknya Pada *Revisit Intention* (Studi Kasus Pada Wisatawan Yang Sedang Berkunjung ke Edumpark Tegaldowo)”. Pembimbing I Eny Endah Pujiastuti dan pembimbing II Suratna.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Tourist Motivation* dan *Destination Image* Terhadap *Novelty Seeking* Serta Dampaknya Pada *Revisit Intention* (Studi Kasus Pada Wisatawan Yang Sedang Berkunjung ke Edumpark Tegaldowo). Populasi dalam penelitian ini wisatawan yang sedang berkunjung ke Edumpark Tegaldowo yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penelitian ini menggunakan *tipe explanatory* dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berkunjung ke objek wisata Edumpark Tegaldowo. Ukuran sampel dengan 131 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 presentasi, serta analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *tourist motivation* berpengaruh signifikan terhadap *novelty seeking*, *destination image* berpengaruh signifikan terhadap *novelty seeking*, *tourist motivation* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *destination image* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *novelty seeking* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *tourist motivation* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *novelty seeking*, *destination image* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *novelty seeking*. Berdasarkan hasil penelitian, Objek wisata Edumpark Tegaldowo harus mampu memperhatikan ulasan yang telah diberikan wisatawan berpengalaman agar dapat meningkatkan penilaian yang positif wisatawan terhadap destinasi wisata dan juga memperbaiki atau menambah fasilitas serta atraksi sehingga menumbuhkan keterikatan dalam benak konsumen terhadap destinasi wisata sehingga wisatawan memiliki niat untuk mengunjungi kembali Edumpark Tegaldowo di masa depan.

**Kata Kunci:** *Tourist Motivation, Destination Image, Novelty Seeking, Revisit Intention*