

ABSTRAK

Agatha Debora Bayo, Nomor Induk Mahasiswa 152190127, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul penelitian “Pengaruh *Authenticity* dan *Visitor Engagement* Terhadap *Memorable Tourist Experience* Serta Dampaknya Pada *Revisit Intention* (Studi Pada Wisatawan Yang telah Berkunjung ke Desa Wisata Kampung Adat Prai Ijing, Sumba Barat, NTT)”. Pembimbing I Eny Endah Pujiastuti dan pembimbing II Suratna.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Authenticity* dan *Visitor Engagement* Terhadap *Memorable Tourist Experience* Serta Dampaknya Pada *Revisit Intention* (Studi Pada Wisatawan Yang telah Berkunjung ke Desa Wisata Kampung Adat Prai Ijing, Sumba Barat, NTT). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang telah berkunjung minimal satu kali pada Kampung Adat Prai Ijing yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang telah berkunjung minimal satu kali ke Kampung Adat Prai Ijing. 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 persentasi, serta analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *authenticity* berpengaruh signifikan terhadap *memorable tourist experience*, *visitor engagement* berpengaruh signifikan terhadap *memorable tourist experience*, *authenticity* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *visitor engagement* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *authenticity* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *memorable tourist experience*, *visitor engagement* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *memorable tourist experience*. Berdasarkan hasil penelitian, Desa Wisata Kampung Adat Prai Ijing harus mampu mempertahankan dan meningkatkan keaslian dan keterlibatan pengunjung agar wisatawan mendapatkan pengalaman yang berkesan saat melakukan kunjungan sehingga mampu meningkatkan keinginan wisatawan untuk mengunjungi kembali destinasi wisata tersebut.

Kata Kunci: *Authenticity*, *Visitor Engagement*, *Memorable Tourist Experience*, *Revisit Intention*