

## ABSTRAKSI

Rifka Febriza, Nomor Induk Mahasiswa 152200107, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Place Identity* Terhadap *Tourist Experience* dan *Tourist Satisfaction* Serta Dampaknya Pada *Revisit Intention* (Studi Kasus Pada Pengunjung yang Sedang Berkunjung ke Objek Wisata Malioboro Yogyakarta)”. Dosen Pembimbing Eny Endah Pujiastuti.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Place Identity* Terhadap *Tourist Experience* dan *Tourist Satisfaction* Serta Dampaknya Pada *Revisit Intention* (Studi Kasus Pada Wisatawan yang Sedang Berkunjung ke Objek Wisata Malioboro Yogyakarta)”. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berkunjung ke Objek Wisata Malioboro Yogyakarta yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory reseacrh* dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang baru pertama kali berkunjung ke Malioboro. Ukuran sampel dengan 125 responden didapatkan dari perhitungan rumus Machin dan Cambell. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dengan tabel dan presentasi, serta analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS, dan uji hipotesos menggunakan uji T untuk menguji hubungan lanngsung, dan uji Sobel untuk menguji hubungan tidak langsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *place identity* berpengaruh signifikan terhadap *tourist experience*, *place identity* berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction*, *tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction*, *tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *tourist satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *place identity* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *place identity* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *tourist experience*, *place identity* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *tourist satisfaction*, *place identity* berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction* melalui *tourist experience*, *tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *tourist satisfaction*. Berdasarkan hasil penelitian, Malioboro diharapkan mampu mampu mempertahankan identitas tempat wisata agar mampu memberikan pengalaman wisata yang unik dan berkesan sehingga meningkatkan kepuasan dan memunculkan niat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke Malioboro di masa depan.

**Kata Kunci:** *Place Identity, Tourist Experience, Tourist Satisfaction, Revisit Intention*