

ABSTRAK

Wasis AmaroZuli, Nomor Induk Mahasiswa 152180102, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “Pengaruh *Familiarity* dan *Perceived Value* terhadap *Satisfaction* serta Dampak pada *Revisit Intention*” (Studi pada Wisatawan yang Sudah Pernah Berkunjung ke Objek Wisata Desa Tinalah Yogyakarta). Pembimbing I Eny Endah Pujiastuti dan Pembimbing II Hastho Joko NU.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengaruh *Familiarity* dan *Perceived Value* terhadap *Satisfaction* serta Dampak pada *Revisit Intention* (Studi pada Wisatawan yang Sudah Pernah Berkunjung ke Objek Wisata Desa Tinalah Yogyakarta). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang melakukan kunjungan di Objek Wisata Desa Tinalah yang jumlahnya tidak terhingga. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah melakukan kunjungan pada Objek Wisata Desa Tinalah. Ukuran sampel dengan 120 responden didapatkan dari perhitungan dengan menggunakan rumus Lemeshow. Teknik sampling yang digunakan adalah Teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dengan data tabel, serta analisis statistik inferensial menggunakan menggunakan metode *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dan uji hipotesis menggunakan uji bootstrapping yang disediakan oleh software SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *familiarity* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *perceived value* berpengaruh tidak signifikan terhadap *revisit intention*, *familiarity* berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction*, *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction*, *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *familiarity* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *satisfaction* dan *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *revisit Intention* melalui *satisfaction*.

Berdasarkan hasil penelitian, Objek Wisata Desa Wisata Tinalah harus mampu mempertahankan dan meningkatkan pelayanan wisata dengan menumbuhkan rasa *familiarity* dan rasa puas ketika datang ke Obyek wisata Desa Tinalah sehingga wisatawan memiliki keinginan untuk datang kembali lagi dan juga dapat meningkatkan nilai yang diterima oleh wisatawan sehingga menumbuhkan perasaan puas yang berdampak menumbuhkan rasa komitmen keinginan untuk datang kembali.