

ABSTRAKSI

Maylivia Rut Kusum Josephine, Nomor Induk Mahasiswa 152210116, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul penelitian “Pengaruh *Tourist Motivation* Terhadap *Perceived Value* dan *Tourist Satisfaction* Serta Dampaknya pada *Destination Loyalty*” (Studi Pada Wisatawan yang Telah Berkunjung ke Waterboom Jogja). Dosen Pembimbing Eny Endah Pujiastuti.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Tourist Motivation* Terhadap *Perceived Value* dan *Tourist Satisfaction* Serta Dampaknya pada *Destination Loyalty* (Studi pada Wisatawan yang Telah Berkunjung ke Waterboom Jogja). Populasi penelitian ini adalah wisatawan yang Telah berkunjung ke Waterboom Jogja yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research* dengan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini merupakan wisatawan yang telah berkunjung ke destinasi wisata Waterboom Jogja minimal sebanyak 2 kali. Ukuran sampel dengan 130 responden didapatkan melalui perhitungan rumus Machin dan Campbell. Teknik sampling yang digunakan yaitu nonprobability sampling dan purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dengan Tabel dan persentase serta analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS, dan uji hipotesis menggunakan uji T untuk menguji hubungan langsung, dan uji Sobel dalam menguji hubungan tidak langsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *tourist motivation* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value*, *tourist motivation* berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction*, *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction*, *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *destination loyalty*, *tourist satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *destination loyalty*, *tourist motivation* berpengaruh signifikan terhadap *destination loyalty* melalui *perceived value*, *tourist motivation* berpengaruh signifikan terhadap *destination loyalty* melalui *tourist satisfaction*, *tourist motivation* berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction* melalui *perceived value*, *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *destination loyalty* melalui *tourist satisfaction*. Berdasarkan hasil penelitian, destinasi wisata Waterboom Jogja, diharapkan mampu meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisata yang ditawarkan sesuai dengan motivasi wisatawan serta mampu menciptakan pengalaman wisata yang baik agar wisatawan mendapatkan nilai yang tinggi atas keseluruhan pengalaman wisata selama berkunjung agar dapat menumbuhkan kesetiakapian sehingga meningkatkan rasa kepuasan wisatawan dan menumbuhkan loyalitas terhadap destinasi.

Kata Kunci: *Tourist Motivation, Perceived Value, Tourist Satisfaction, Destination Loyalty*