

ABSTRAKSI

Zakrya Laila Mahbuba, Nomor Induk Mahasiswa 152210053, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “Pengaruh *Cultural Contact* dan *Authenticity* terhadap *Revisit Intention* melalui *Memorable Tourism Experience* Sebagai Variabel Intervening” (Studi Kasus Pada Wisatawan Yang Sudah Pernah Berkunjung Ke Makam Raja-Raja Mataram Kotagede). Dosen Pembimbing Eny Endah Pujiastuti.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Cultural Contact* dan *Authenticity* terhadap *Revisit Intention* melalui *Memorable Tourism Experience* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Wisatawan Yang Sudah Pernah Berkunjung Ke Makam Raja-Raja Mataram Kotagede). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah melakukan kunjungan ke destinasi wisata Makam Raja-Raja Mataram Kotagede yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research* dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang telah berkunjung minimal satu kali ke Makam Raja-Raja Mataram Kotagede. Ukuran sampel dengan 116 responden didapatkan dari perhitungan rumus Machin dan Cambell. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dengan data table dan pesentasi, serta analisis statistic inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *cultural contact* berpengaruh signifikan terhadap *memorable tourism experience*, *authenticity* berpengaruh signifikan terhadap *memorable tourism experience*, *cultural contact* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *authenticity* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *memorable tourism experience* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *cultural contact* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *memorable tourism experience*, dan *authenticity* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *memorable tourism experience*. Berdasarkan hasil penelitian, Makam Raja-Raja Mataram Kotagede diharapkan dapat meningkatkan interaksi budaya dan keaslian destinasi serta keterlibatan pengunjung agar wisatawan mendapatkan pengalaman yang berkesan saat melakukan kunjungan sehingga mampu meningkatkan keinginan wisatawan untuk mengunjungi kembali destinasi wisata tersebut.

Kata kunci: *Cultural Contact, Authenticity, Memorable Tourist Experience, Revisit Intention.*