

Analisis variabel yang berpengaruh terhadap pembentukan citra daerah tujuan wisata: studi kasus wisatawan nusantara yang berwisata ke Yogyakarta periode 2007-2009

Khairani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=127023&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui variabel yang mempengaruhi pembentukan citra daerah tujuan wisata dengan mengambil studi kasus wisatawan domestik yang berwisata ke Yogyakarta pada periode 2007-2009. Penelitian ini menggunakan desain penelitian eksploratif dan deskriptif yang dilakukan satu kali dalam satu periode (cross-sectional design). Peneliti menggunakan sampel 105 orang wisatawan domestik yang berwisata ke Yogyakarta pada tahun 2007-2009 dengan metode non probability sampling dan teknik snowball sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah uji reliabilitas, validitas (analisis faktor), distribusi frekuensi, dan analisis regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra keseluruhan daerah tujuan wisata dibentuk atau dipengaruhi secara signifikan oleh evaluasi kognitif dan evaluasi afektif. Evaluasi kognitif daerah tujuan wisata dipengaruhi secara signifikan oleh tipe sumber informasi dari buku dan film, sedangkan jumlah sumber informasi yang digunakan, usia, serta tingkat pendidikan wisatawan tidak terbukti sebagai variabel yang mempengaruhi secara signifikan. Evaluasi afektif daerah tujuan wisata dipengaruhi secara signifikan oleh motivasi sosial-psikologis, sedangkan usia dan tingkat pendidikan wisatawan tidak terbukti sebagai variabel yang mempengaruhi secara signifikan. Penelitian ini juga membuktikan bahwa Yogyakarta telah memenuhi kriteria yang dibutuhkan sebagai daerah tujuan wisata, responden juga memiliki perasaan yang baik terhadap Yogyakarta dan memandang Yogyakarta dengan citra yang positif. Saran dari penelitian ini adalah Dinas Pariwisata Yogyakarta dapat menggunakan buku dan film sebagai alat promosi dan penyebaran informasi tentang Pariwisata Yogyakarta, mempertahankan kriteria daerah tujuan wisata serta citra yang positif.

The purpose of this study is to recognize variables that influence image formation of tourist's destination taking a case study of domestic tourist visiting Yogyakarta for period of 2007-2009. This study uses exploratory and descriptive research design which done one time in one period. The research uses 105 domestic tourists who have visited Yogyakarta for period of 2007-2009 using non probability sampling method and snowball sampling technique. Data analysis methods are reliability test, validity test (factor analysis), frequency distribution, and regression analysis.

The results show that the image formation of tourist destination is formed or significantly influenced by cognitive evaluation and affective evaluation. Cognitive evaluation of tourist destination is significantly influenced by type of information (books and movies), while amount of information sources used, age, and education level of domestic tourists are not proven as variable with significant influences. Affective evaluation of tourist destination is significantly influenced by socio-psychological motivations, while age and education level of domestic tourists are not proven as variable with significant influences. This research also shows that Yogyakarta has fulfilled the criteria of a tourist's destination site and our respondents have

good feeling about Yogyakarta and sees Yogyakarta with positive image. Recommendation that can be given from the results are Yogyakarta Tourism Board can use books and movies as the most effective promotion and information tools, maintain the positive image and tourist's destination criteria.</i>