

ABSTRAKSI

Provinsi DIY merupakan destinasi wisata tingkat ASEAN yang mana menjadi salah satu percontohan di Indonesia. Akan tetapi berdasarkan fenomena yang ada di Pulau Jawa sendiri DIY merupakan provinsi dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara terendah dibandingkan DKI Jakarta, Jawa Timur, dan Jawa Barat pada tahun 2022. Diketahui bahwa Provinsi DIY memiliki beberapa destinasi wisata unggulan yang seharusnya mampu menarik wisatawan mancanegara seperti halnya Keraton Yogyakarta, Taman Sari, Candi Borobudur, Kotagede, Malioboro, Museum Sonobudoyo, Gunung Merapi, Museum Ullen Sentalu, dan HeHa Ocean View. Berdasarkan hasil pra penelitian diketahui bahwa mayoritas responden yakni sebanyak 35% memilih Bali sebagai destinasi favorit, diikuti dengan NTB dan Jawa Timur yang merupakan preferensi destinasi pilihan wisatawan dengan persentase masing-masing 20%, selanjutnya DKI Jakarta dengan persentase 15%, dan terakhir adalah DIY dengan persentase 10%. Selain itu dalam pra penelitian juga diketahui bahwa persepsi responden terhadap DIY berkaitan dengan revisit intention terbilang masih rendah dikarenakan dalam tiap-tiap pernyataan yang diberikan diketemukan jawaban mayoritas maybe dan no.

Penelitian ini menggunakan wisatawan mancanegara sebagai objek penelitian, kemudian pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan purposive sampling dan memiliki beberapa kriteria. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 responden yang berusia di atas 17 tahun, wisatawan mancanegara dan pernah berkunjung untuk berwisata di destinasi wisata DIY minimal 1 (satu) kali dalam kurun waktu 1 (satu) tahun terakhir. Data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan metode CB-SEM (Covariance-Based Structural Equation Modeling) dan diolah dengan software AMOS.

Temuan penelitian indicates berdasarkan 10 hipotesis yang ada dalam penelitian ini ditemukan bahwa 9 hipotesis diterima dan 1 hipotesis ditolak. Terdapat Ha yang diterima yakni Destination Image berpengaruh positif terhadap Tourist Satisfaction, Experience berpengaruh positif terhadap Tourist Satisfaction, Tourist Motivation berpengaruh positif terhadap Tourist Satisfaction, Destination Image berpengaruh positif terhadap Revisit Intention, Experience berpengaruh positif terhadap Revisit Intention, Tourist Motivation berpengaruh positif terhadap Revisit Intention, Tourist Satisfaction berpengaruh positif terhadap Revisit Intention, Destination Image berpengaruh positif terhadap Revisit Intention melalui Tourist Satisfaction serta Experience berpengaruh positif terhadap Revisit Intention melalui Tourist Satisfaction. Sementara Ha yang ditolak yakni pengaruh antara Tourist Motivation terhadap Revisit Intention melalui Tourist Satisfaction.

Kata Kunci: *Citra Destinasi, Pengalaman, Motivasi Turis, Kepuasan Turis, Minat Berkunjung Ulang, Provinsi DIY*