

ABSTRAK

**PENGARUH CITRA DESTINASI PARIWISATA WADUK SERMO
TERHADAP MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG ULANG**

Y Galih Handawan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2015

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja citra destinasi pariwisata Waduk Sermo dan apakah terdapat perbedaan persepsi mengenai citra destinasi pariwisata Waduk Sermo tersebut menurut persepsi dari wisatawan usia 16 – 30 tahun dan wisatawan usia 31 – 40 tahun, serta untuk mengetahui apakah citra destinasi pariwisata Waduk Sermo dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Penelitian ini dilakukan dengan dua tahap penelitian yaitu tahap pertama dilakukan dengan metode wawancara dengan tiga responden yang memiliki kompetensi dalam bidang pariwisata untuk mengetahui secara jelas citra destinasi pariwisata Waduk Sermo. Hasil dari penelitian tahap pertama digunakan sebagai dasar untuk membuat kuesioner yang akan digunakan pada penelitian tahap kedua. Pada penelitian tahap kedua dilakukan dengan metode kuesioner dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling* dan disebar sebanyak 100 responden.

Pada penelitian tahap pertama, digunakan metode *content analysis* dan *common theme approach* untuk menganalisa hasil dari wawancara. Kemudian pada penelitian tahap kedua, digunakan analisis data yaitu uji beda (*Independent Sample Test*) untuk mengetahui perbedaan persepsi kelompok usia 16 – 30 tahun dan 31 – 40 tahun dan regresi linear sederhana untuk mengetahui citra destinasi pada minat wisatawan berkunjung ulang dengan menggunakan program IBM SPSS *Statistics 16*.

Hasil dari penelitian ini bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi mengenai citra destinasi pariwisata Waduk Sermo antara wisatawan usia 16 – 30 tahun dengan wisatawan usia 31 – 40 tahun, dan persepsi citra destinasi pariwisata Waduk Sermo berpengaruh positif terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Destinasi Pariwisata Waduk Sermo.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF SERMO RESERVOIR DESTINATION
IMAGE TOWARDS INTENTION TO RE-VISIT**

Y Galih Handawan
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2015

This study aims to find out (1) the image of destinations Sermo Reservoir; (2) whether there are differences in the perception of the image of the destination according to the perception of tourists aged 16-30 years and tourists aged 31-40 years, (3) to determine whether the image of the destination, the tourism Sermo Reservoir influence interest of tourists to re-visit. This research was done in two stages, namely the first stage of research conducted by interview with three respondents who have competence in the field of tourism to know clearly the image of eco-tourism destinations Sermo Reservoir. Results from the first phase is used as a basis to develop a questionnaire that will be used in the second phase of the study. In the second phase of the research distributed questionnaires with a sample taken using a convenience sampling technique to as many as 100 respondents.

In the first phase of the study, the study used common theme and content analysis approach to analyze the results of the interview. Then in the second phase, the study used different test (Independent Sample Test) to determine differences in the perception of the age group 16-30 years and 31-40 years old and simple linear regression to determine the image of destinations to tourists to re-visit using the program IBM SPSS Statistics 16.

This study found that (1) there were no differences in perception about the image of tourism destinations Sermo Reservoir between tourists aged 16-30 years with tourists aged 31-40 years, (2) the perception of the image of tourism destinations Sermo Reservoir influenced tourists to re-visit to the Tourism Destination of Sermo Reservoir

Keyword: Destination Image, Intention to re-visit and perception different.

