

Dampak motivasi dorong dan motivasi tarik untuk berwisata terhadap loyalitas tujuan wisata melalui mediasi kepuasan berwisata di Kota Manado, Sulawesi Utara

Mangindaan, Harley Alfredo Benfica, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20339259&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini memberikan keterangan empiris yang mendukung literatur sebelumnya yang berhubungan kuat dalam membangun loyalitas. Dengan kata lain, kepuasan ditemukan untuk secara langsung mempengaruhi loyalitas tujuan pada suatu arah yang positif. Selain itu, kepuasan bertujuan untuk membangun hubungan antara motivasi berwisata dan loyalitas tujuan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak motivasi terhadap loyalitas tujuan melalui mediasi kepuasan bepergian pada wisatawan, Pengaruh motivasi dorong dan motivasi tarik terhadap kepuasan berwisata, dan Pengaruh kepuasan berwisata terhadap loyalitas tujuan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik convenience sampling. Sampel diarahil dari populasi mahasiswa, staf; karyawan Universitas Indonesia di Depok dan warga DKI Jakarta. Selanjutnya data penelitian dianalisis menggunakan structural equation modeling (SEM) dengan software LISREL 8.30 untuk mengetahui hubungan secara simultan antar variabel.

Hasil penelitian ini terdapat pengaruh motivasi dorong terhadap kepuasan berwisata. Hal ini berarti semakin tinggi adanya dorongan motivasi dorong yang positif yang dialami wisatawan akan berdampak positif pula terhadap terjalannya hubungan yang lebih kuat dengan kepuasan berwisata. Terdapat pengaruh motivasi tarik terhadap kepuasan berwisata. Hal ini berarti, semakin tinggi adanya dorongan motivasi tarik yang positif yang dialami wisatawan akan berdampak I positif pula terhadap terjalannya hubungan yang lebih kuat dengan kepuasan berwisata. Terdapat pengaruh kepuasan berwisata terhadap loyalitas tujuan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang secara emosional puas akan menunjukkan perilaku yang loyal seperti menyampaikan hal-hal positif; merekomendasikan pada pihak lain dan word of mouth yang positif pula.

Para manajer harus mengerti tingkat dari kepuasan wisatawan yang terhubung antara keinginan dan kualitas lingkungan serta fasilitas yang tersedia. Keadaan itu didasari pada keserasian antara harapan konsumen pada tempat wisata dan mengevaluasi pengalaman yang dirasakan pada tujuan wisata, yang juga merupakan suatu hasil perbandingan antara khayalan dari kepuasan bepergian dengan apa yang benar-benar dilihat, dirasakan, dan pencapaian kesuksesan perjalanan yang dilakukannya. Penelitian ini mendukung gagasan tentang teori kepuasan konsumen terhadap loyalitas tujuan.

.....This research produces empirical explanations, which strengthen the previous literature which has strong relations in developing loyalty. In other words, satisfaction is intended to directly impact destination loyalty in a positive way. Satisfaction is also meant to develop relations between travel motivation and destination loyalty.

This research wants to figure out the motivation effect on destination loyalty through travel satisfaction mediation on tourist, the impact of push motivation and pull motivation on travel satisfaction, and the impact of travel satisfaction on destination loyalty.

This research uses survey method and data collection is done using convenience sampling technique.

Samples are taken from the population of University of Indonesia student, staff and employees. and tourists (consumer) in Jakarta which had visited Manado. Research data is analyzed by using Structural Equation Modeling (SEM) together with USREL 8.30 software to recognize the simultaneous relations between the variables.

The outcomes of this research shows that push motivation have great impact on travel satisfaction. This signifies the better encouragement of positive push motivation that tourists accept, the impact on travel satisfaction will tend to become more positive. Pull motivation has also influence in travel satisfaction, This means, the better encouragement of pull motivation that tourists accept, this will also have positive impact on strengthening the relationship in travel satisfaction. Thus travel satisfaction has impact on destination loyalty. This imply that tourists which have emotional satisfaction will show loyal behavior. like giving positive impressions, good recommendation of the place to the others and also a positive word of mouth. The manager should understand the tourist satisfaction level which is connected to the desire of the tourist, environment quality, and available facility. This condition is based on the harmony of tourist (consumer) expectations on vacation area, which is also a comparison result between fantasy of the travel satisfaction with the reality. which is felt. and the success of the journey.