

ABSTRAK

Hana, 2020 : Menguji Faktor-Faktor Yang Memprediksi Niat Turis Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor. Skripsi, Jakarta : Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi niat wisatawan untuk mengunjungi Kebun Raya Bogor sebagai tujuan wisata dengan menggunakan motivasi wisatawan, nilai yang dirasakan wisatawan, kepuasan wisatawan, pengalaman wisatawan sebagai predictor. Data dikumpulkan menggunakan *google forms*. Penelitian ini dilakukan di Jakarta, Indonesia dengan melibatkan 254 responden yang terdiri dari 189 perempuan (74,4%) dan 65 laki-laki (25,6%). Data dianalisis menggunakan faktor eksplorasi dan model persamaan struktural untuk menguji hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa motivasi wisatawan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh nilai yang dirasakan wisatawan, motivasi wisatawan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh kepuasan wisatawan, motivasi wisatawan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh pengalaman wisatawan, nilai yang dirasakan wisatawan tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung ulang, kepuasan wisatawan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh niat berkunjung ulang, pengalaman wisatawan tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung ulang, dan motivasi wisatawan tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung ulang.

Kata Kunci : motivasi wisatawan, nilai yang dirasakan wisatawan, kepuasan wisatawan, pengalaman wisatawan, dan niat mengunjungi ulang.

ABSTRACT

Hana, 2020 : *Testing the Predicting Factors of Bogor Botanical Gardens Thesis, Jakarta: Concentration of Marketing Management, S1 Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University.*

This study aims to measure the factors that influence the intention of tourists to the Bogor Botanical Gardens as a tourist destination by using tourists, the value received by tourists, tourist satisfaction, tourist experience as a predictor. Data is collected using Google forms. This research was conducted in Jakarta, Indonesia involving 254 respondents consisting of 189 women (74.4%) and 65 men (25.6%). Data were analyzed using exploratory factors and models. The results show that tourist motivation is positively and significantly influenced by the perceived value of tourists, tourist motivation is positively and significantly influenced by tourist satisfaction, tourist motivation is positively and significantly influenced by tourist experience, the perceived value of tourists has no effect on the intention of revisiting, satisfaction positive and significant tourists are influenced by the intention to visit again, the experience of tourists does not affect the intention to visit again, and the motivation of tourists does not affect the intention to visit again.

Keywords: *tourist motivation, tourist perceived value, tourist satisfaction, tourist experience, and revisit intention.*