

ABSTRAK

Firdausa Putri Astrida, 111511133170, Hubungan *Destination Image* serta *Travel Motivation* pada Intensi Berkunjung ke Museum di Surabaya, *Skripsi*, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, 2019

xxii + 85 halaman, 29 lampiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara destination image serta travel motivation dengan intensi berkunjung ke museum di Surabaya. Destination image didefinisikan sebagai “kesan pada suatu tempat” atau “area persepsi” (Echner & Ritchie, 1991). Travel motivation didefinisikan oleh Dann (1981) sebagai suatu keadaan mental yang bermakna, yang mengatur individu atau beberapa individu untuk bepergian. Sedangkan intensi berkunjung dapat dilihat sebagai kemungkinan seseorang untuk mengunjungi suatu destinasi wisata (Wong dkk., 2015).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Skala destination image diadaptasi dari penelitian Phillips & Yang (2007), skala travel motivation dari penelitian Jonsson & Devonish (2008) serta Phillips & Yang (2007), dan intensi berkunjung diadaptasi dari penelitian Huang & Hsu (2007). Jumlah subjek dalam penelitian ini adalah 363 orang. Analisis data menggunakan teknik statistik korelasi melalui bantuan software IBM SPSS 22.0 for Windows.

Hasil analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara destination image ($p = 0,000$; $p < 0,05$; $r = 0,487$) serta travel motivation ($p = 0,000$; $p < 0,05$; $r = 0,553$) dengan intensi berkunjung. Di antara enam faktor travel motivation, yang memiliki hubungan paling kuat dengan intensi berkunjung adalah culture serta novelty and excitement. Dimensi dari destination image, yaitu cognitive image memiliki hubungan yang lebih kuat dengan intensi berkunjung dibandingkan dimensi lainnya yaitu affective image.

Kata Kunci: Intensi berkunjung, *destination image*, *travel motivation*, museum Daftar pustaka, 81 (1992-2018)

ABSTRACT

Firdausa Putri Astrida, 111511133170, *Relationship between Destination Image and Travel Motivation toward Visit Intention to museum in Surabaya*, Undergraduate Thesis, Faculty of Psychology, Universitas Airlangga, 2019

xxii + 85 pages, 29 appendix

The aims of this study to determine the relationship between destination image and travel motivation toward visit intention to museum in Surabaya. Destination image is defined as "impression on a place" or "perception area" (Echner & Ritchie, 1991). Travel motivation is defined by Dann (1981) as a meaningful mental state of mind which adequately dispose an actor or group of actors to travel. While visit intention can be seen as a possibility to visit a tourist destination (Wong et al., 2015).

This study used a quantitative approach that use survey method. Destination image scale was adapted from Phillips & Yang (2007), travel motivation scale was adapted from Jonsson & Devonish (2008) and Phillips & Yang (2007), and the visit intention scale was adapted form Huang & Hsu (2007). The number of subjects in this study were 363. To analyze the data, researcher utilized statistical correlation techniques through IBM SPSS 22.0 for Windows program.

The result of this data analysis showed that there is a positive relationship between destination image ($p = 0,000$; $p < 0,05$; $r = 0,487$) and travel motivation ($p = 0,000$; $p < 0,05$; $r = 0,553$) toward visit intention. Among six factor of travel motivation, culture and novelty & excitement showed the strongest relationship with visit intention. Cognitive image, one of the dimension of destination image, has stronger correlation toward visit intention than other dimension (affective image).

Keywords: *visit intention, destination image, travel motivation, museum*
References, 81 (1992-2018)