

SKRIPSI

**PENGARUH *NOVELTY SEEKING*, *DESTINATION IMAGE*,
DAN *LOCALFOOD ENJOYMENT* TERHADAP *REVISIT
INTENTION* YOGYAKARTA DENGAN *TOURIST
SATISFCATION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



**DIAJUKAN OLEH:
NAMA : RANI PUSPITASARI
NPM : 115210156**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2024**

SKRIPSI

PENGARUH *NOVELTY SEEKING*, *DESTINATION IMAGE*, DAN *LOCALFOOD ENJOYMENT* TERHADAP *REVISIT INTENTION* YOGYAKARTA DENGAN *TOURIST SATISFCATION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI



**DIAJUKAN OLEH:
NAMA : RANI PUSPITASARI
NPM : 115210156**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Rani Puspitasari
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210156
Program Studi : S1 Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebutkan sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 2 Desember 2024



Rani Puspitasari
Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

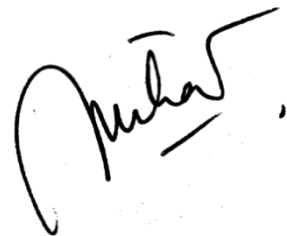
1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS
TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : RANI PUSPITASARI
NIM : 115210156
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN BISNIS
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *NOVELTY SEEKING*, *DESTINATION IMAGE*, DAN
LOCALFOOD ENJOYMENT TERHADAP *REVISIT INTENTION*
YOGYAKARTA DENGAN *TOURIST SATISFACTION* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI

Jakarta, 29 November 2024
Pembimbing,



(Dr. Miharni Tjokrosaputro S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

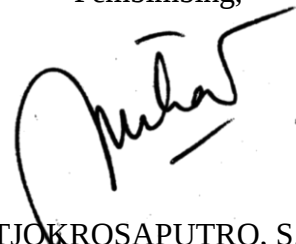
NAMA : RANI PUSPITASARI
NIM : 115210156
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *NOVELTY SEEKING,*
DESTINATION IMAGE DAN *LOCALFOOD*
ENJOYMENT TERHADAP *REVISIT*
INTENTION YOGYAKARTA DENGAN
TOURIST SATISFACTION VARIABEL
MEDIASI

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 17 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : I GEDE ADIPUTRA, Drs., M.M., Dr.
2. Anggota Penguji : - MIHARNI TJOKROSAPUTRO, S.E., M.M.,
Dr.
- YUSBARDINI, Dra., M.E.

Jakarta, 7 Januari 2025

Pembimbing,



(MIHARNI TJOKROSAPUTRO, S.E., M.M., Dr.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

- (A) RANI PUSPITASARI (115210156)
- (B) *THE INFLUENCE OF NOVELTY SEEKING, DESTINATION IMAGE, AND LOCAL FOOD ENJOYMENT ON REVISIT INTENTION AT YOGYAKARTA WITH TOURIST SATISFACTION AS A MEDIATION*
- (C) XVI + 95 Pages, 28 Tables, 3 Pictures, 16 Attachment
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) *Abstract: This study aims to examine the effects of novelty seeking, destination image, local food enjoyment, and tourist satisfaction on revisit intention; the effects of novelty seeking and destination image on tourist satisfaction; and the mediating role of tourist satisfaction in the relationship between novelty seeking and destination image on revisit intention. Data were collected through online questionnaires from 231 respondents, who were tourists that had visited Yogyakarta, specifically Malioboro, and analyzed using PLS-SEM. The results reveal that local food enjoyment does not significantly influence revisit intention, while novelty seeking, destination image, and tourist satisfaction do. Novelty seeking does not impact tourist satisfaction, whereas destination image does. Tourist satisfaction mediates the relationship between destination image and revisit intention but does not mediate the relationship between novelty seeking and revisit intention. This research is expected to guide the Yogyakarta Special Region Tourism Office in developing effective strategies by identifying key factors most valued by tourists, thereby enhancing revisit intentions and strengthening the competitive advantage of Yogyakarta's tourism sector.*
- (F) *References 42 (1991-2024)*
- (G) Dr. Miharni Tjokrosaputro S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) RANI PUSPITASARI (115210156)
- (B) PENGARUH *NOVELTY SEEKING*, *DESTINATION IMAGE*, DAN *LOCALFOOD ENJOYMENT* TERHADAP *REVISIT INTENTION* YOGYAKARTA DENGAN *TOURSIT SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
- (C) XVI + 95 Halaman, 28 Tabel, 3 Gambar, 16 Lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel *novelty seeking*, *destination image*, dan *localfood enjoyment* terhadap *revisit intention*. Pencari kebaruan, dan *destination image* terhadap niat kunjungan ulang. Kepuasan wisatawan memediasi pencari kebaruan, dan citra destinasi terhadap niat kunjungan ulang. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner secara online dari 231 responden yang merupakan wisatawan yang pernah mengunjungi Yogyakarta khususnya Malioboro, kemudian diolah menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kenikmatan makanan lokal tidak dapat mempengaruhi niat kunjungan ulang, sedangkan pencari kebaruan, citra destinasi, kenikmatan makanan lokal, kepuasan wisatawan dapat mempengaruhi niat kunjungan ulang. Selanjutnya pencari kebaruan tidak mempengaruhi kepuasan wisatawan, lalu citra destinasi dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan, sementara itu kepuasan wisatawan dapat memediasi citra destinasi terhadap niat kunjungan ulang, dan kepuasan wisatawan tidak dapat memediasi pencari kebaruan terhadap niat kunjungan ulang. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menentukan strategi yang efektif dengan mengetahui faktor-faktor yang

paling dibutuhkan dan disukai oleh wisatawan guna meningkatkan niat untuk berkunjung kembali, serta keunggulan kompetitif wisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

- (F) Daftar Acuan 42 acuan (1991-2024)
- (G) Dr. Miharni Tjokrosaputro S.E., M.M.

시계를 보지 말고, 시계처럼 하라. 계속해서 나아가라

Don't watch the clock; do what it does. Keep going

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Saya sendiri,

Keluarga saya, bapak, mama, dan adik-adik

Seluruh rekan seperjuangan,

Seluruh pengajar dan pembimbing yang terhormat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Pencari Kebaruan, Citra Destinasi, dan Kenikmatan Kuliner Lokal Terhadap Niat Kunjungan Ulang Yogyakarta dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Mediasi” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik bantuan bimbingan, semangat, masukan, motivasi, dan doa kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, khususnya kepada:

1. Ibu Dr. Miharni Tjokrosaputro S.E., M.M., yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, motivasi, serta pengarahan yang sangat bermanfaat dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh anggota keluarga terutama bapak dan ibu dari penulis yang tidak berhenti memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis selama menyelesaikan studi dan skripsi di Universitas Tarumanagara.
5. Kepada diri saya sendiri, terima kasih sudah bertahan dan mencoba sampai saat ini, dan sebentar lagi akan menyelesaikan masa perkuliahan ini
6. Dan pihak-pihak lainnya terutama yang penulis tidak dapat sebutkan satu-persatu dalam halaman ini. Terima kasih atas doa dan dukungan kalian semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik selalu penulis harapkan dari semua pihak yang berguna untuk menjadikan skripsi ini lebih

baik. Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 1 Januari 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rani Puspitasari', written in a cursive style.

(Rani Puspitasari)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	4
3. Batasan Masalah	5
4. Rumusan Masalah.....	5
B. Tujuan dan Manfaat	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	7
BAB II Landasan Teori.....	8
A. Gambaran Umum Teori	8
B. Definisi Konseptual Variabel.....	9
1. <i>Novelty Seeking</i>	9
2. <i>Destination Image</i>	9
3. <i>Local Food Enjoyment</i>	10
4. <i>Tourist Satisfaction</i>	10
5. <i>Revisit Intention</i>	10
C. Kaitan antara Variabel	11

1.	Kaitan antara <i>Novelty Seeking</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	11
2.	Kaitan antara <i>Destination Image</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	12
3.	Kaitan antara <i>Local Food Enjoyment</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	12
4.	Kaitan antara <i>Tourist Satisfaction</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	13
5.	Kaitan antara <i>Novelty Seeking</i> dengan <i>Tourist Satisfaction</i>	13
6.	Kaitan antara <i>Destination Image</i> dengan <i>Tourist Satisfaction</i>	14
7.	Kaitan antara <i>Novelty Seeking</i> dan <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Tourist Satisfaction</i> sebagai mediasi.....	14
8.	Kaitan antara <i>Destination Image</i> dan <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Tourist Satisfaction</i> sebagai mediasi.....	15
D.	Penelitian Terdahulu	16
E.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	26
1.	Kerangka Pemikiran.....	26
2.	Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
A.	Desain Penelitian.....	28
B.	Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, Dan Ukuran Sampel	28
1.	Populasi.....	28
2.	Teknik Pemilihan Sampel	28
3.	Ukuran Sampel	29
C.	Operasionalisasi Variabel Dan Instrumen.....	29
1.	Variabel Dependen	30
2.	Variabel Independen.....	30
3.	Variabel Mediasi	31
D.	Analisis Validitas Dan Reliabilitas.....	32
1.	Analisis Validitas	32
2.	Analisis Reliabilitas	38
E.	Analisis Data.....	39
1.	<i>Path Coefficient</i>	39
2.	Uji <i>R-Square</i> (R^2).....	39
3.	<i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	39
4.	<i>Effect Size</i> (F^2)	39
5.	<i>Godness of Fit</i> (GoF)	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41

A.	Deskripsi Subjek Penelitian	41
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per bulan	42
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
B.	Deskripsi Objek Penelitian	43
1.	<i>Novelty Seeking</i>	44
2.	<i>Destination Image</i>	44
3.	<i>Local Food Enjoyment</i>	45
4.	<i>Tourist Satisfaction</i>	46
5.	<i>Revisit Intention</i>	46
C.	Hasil Analisis Data	47
1.	Uji <i>R-Square</i> (R^2).....	47
2.	<i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	48
3.	<i>Effect Size</i> (F^2)	48
4.	<i>Goodness of Fit</i> (GoF)	49
5.	<i>Path Coefficient</i>	50
6.	Pengujian Hipotesis.....	51
7.	Pengujian Mediasi.....	54
D.	Pembahasan	54
BAB V PENUTUP		64
A.	Kesimpulan.....	64
B.	Keterbatasan Dan Saran.....	64
1.	Keterbatasan	64
2.	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....		67
LAMPIRAN		72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		95
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN		96

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 3. 2 Tabel Operasionalisasi Variabel Dependen	30
Tabel 3. 3 Tabel Operasionalisasi Variabel Independen	31
Tabel 3. 4 Tabel Operasionalisasi Variabel Mediasi	32
Tabel 3. 5 Hasil Analisis <i>Factor Loading</i>	33
Tabel 3. 6 Hasil Analisis <i>Factor Loading</i> Setelah Revisi	34
Tabel 3. 7 Hasil Analisis <i>Factor Loading</i> Setelah Revisi	35
Tabel 3. 8 Hasil analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	35
Tabel 3. 9 Nilai <i>Cronbach's alpha</i> dan <i>Composite reliability</i>	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per bulan	42
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden atas Pernyataan <i>Novelty Seeking</i>	44
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden atas Pernyataan <i>Destination Image</i>	45
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden atas Pernyataan <i>Local Food Enjoyment</i>	45
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden atas Pernyataan <i>Tourist Satisfaction</i>	46
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden atas Pernyataan <i>Revisit Intention</i>	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>R- Square (R²)</i>	48
Tabel 4. 12 Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i>	48
Tabel 4. 13 Hasil Analisis <i>Effect Size (F²)</i>	49
Tabel 4. 14 Hasil analisis <i>Goodness-of-Fit</i>	49
Tabel 4. 15 Hasil Analisis <i>Path coefficient</i>	50
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis	51
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Mediasi	54
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistik Wisatawan Nusantara Yogyakarta.....	1
Gambar 2. 1 Model Penelitian	26
Gambar 4. 1 Hasil <i>bootstrapping</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	72
Lampiran 2 Tanggapan Responden	77
Lampiran 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Lampiran 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	88
Lampiran 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	89
Lampiran 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	89
Lampiran 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	89
Lampiran 8 Hasil Analisis <i>Factor Loading</i>	90
Lampiran 9 Hasil Analisis <i>Factor Loading</i> Setelah Revisi	90
Lampiran 10 Hasil Analisis <i>Factor Loading</i> Setelah Revisi	91
Lampiran 11 Hasil Analisis <i>Average variance extracted (AVE)</i> , <i>Cronbach's alpha</i> dan <i>Composite reliability</i>	91
Lampiran 12 Nilai <i>Cross Loading</i>	92
Lampiran 13 Nilai <i>Fornell-larcker</i>	92
Lampiran 14 Hasil Analisis <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	92
Lampiran 15 Hasil Uji <i>R- Square (R²)</i>	93
Lampiran 16 Hasil Analisis Hipotesis	93

BAB I

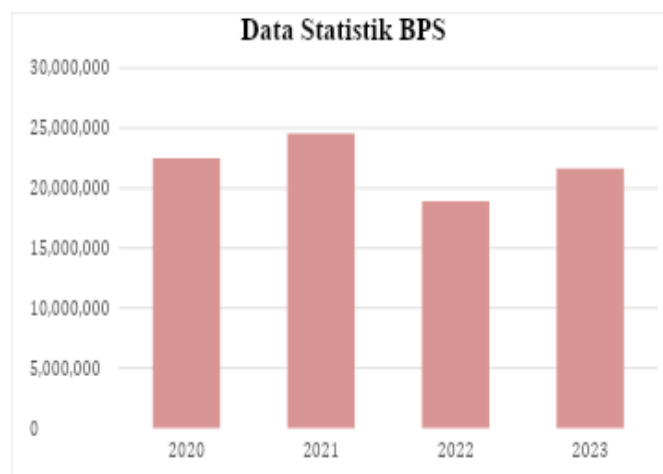
PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor penting dalam perekonomian global termasuk di Indonesia. Berdasarkan laporan *United Nations agency for tourism*, (2024) sektor pariwisata mengalami pertumbuhan yang pesat, terutama di negara-negara Asia. Menurut siaran pers yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif, (2024), sektor pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian nasional.

Pariwisata di Indonesia juga sudah pulih setelah pandemi Covid-19. Menurut data kemenparekraf (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) jumlah perjalanan wisatawan nusantara meningkat, dari sebelum pandemi yaitu tahun 2019 sebanyak 722 ribu pengunjung, dan tahun 2023 terdapat 825 ribu pengunjung. Yogyakarta merupakan salah satu destinasi wisata yang menjadi pilihan wisatawan untuk dikunjungi.



Gambar 1. 1
Statistik Wisatawan Nusantara Yogyakarta

Sumber : Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif (2024)

Menurut data statistik BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia pada halaman web kemenparekraf, jumlah perjalanan wisata nusantara di Yogyakarta meningkat dari tahun sebelumnya. Walaupun Yogyakarta sempat mengalami penurunan pengunjung pada tahun 2022, namun pada tahun 2023 Yogyakarta mengalami kenaikan pengunjung. Salah satu tempat yang sudah berkembang untuk wisata yaitu Malioboro yang terletak di kota Yogyakarta, dengan perkembangan tersebut terdapat kenaikan setiap tahunnya pada wisatawan yang berkunjung (Statistik Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, 2023). Terjadinya peningkatan kunjungan wisatawan bisa saja tidak hanya berlibur saja ketika berwisata di Yogyakarta, namun destinasi kuliner juga membuat wisatawan tertarik untuk berlibur ke Yogyakarta (Putri et al., 2021)

Yogyakarta memiliki kuliner yang beragam, mulai dari makanan tradisional maupun modern, dimulai dari angkringan, gudeg hingga kedai kopi. Salah satu destinasi kuliner yang saat ini sedang diburu oleh wisatawan yaitu warung kopi klotok, pada tahun 2023 warung tersebut sangat terkenal di media sosial dan menawarkan pengalaman makan yang unik sehingga banyak pengunjung yang rela mengantri panjang untuk menikmati makanan yang disajikan warung tersebut (Setyoko, 2023)

Dengan adanya fenomena tersebut, maka makanan lokal sering kali menjadi salah satu daya tarik utama dalam pariwisata. Wisata kuliner dapat memperkenalkan pelanggan untuk makanan lokal dan tradisional, dapat meningkatkan kesenangan pelanggan, serta menghasilkan keterikatan pada wisata yang dikunjunginya (Paramita et al., 2021) . Oleh karena itu, *localfood enjoyment* menjadi variabel yang dapat mempengaruhi niat kunjungan ulang wisatawan ke Yogyakarta.

Keunikan dari makanan lokal yang dimiliki Yogyakarta dapat menimbulkan *novelty seeking* yaitu, salah satu motivasi utama bagi wisatawan dalam memilih destinasi (Thipsingh et al., 2022) Wisatawan sering kali mencari pengalaman yang berbeda dan unik, yang dapat memberikan kepuasan

tersendiri. Pengunjung seringkali merasakan kebosanan dan stres, sehingga dengan melihat dan mencoba hal-hal baru dapat meningkatkan rasa ingin tahu mereka. Pengalaman ini mendorong mereka untuk mengeksplorasi lebih banyak dan menciptakan *revisit intention* (Liu et al., 2019)

Selain *novelty seeking*, *destination image* juga memainkan peran penting dalam perjalanan wisata. Citra yang positif dapat meningkatkan daya tarik Yogyakarta sebagai tujuan wisata (Putra et al., 2019). Hal ini mencakup bahwa nilai-nilai fungsional, sosial, emosional, budaya dan kesehatan dari destinasi yang dikunjungi memiliki dampak yang signifikan pada citra destinasi, semakin tinggi dampak dari citra yang dimiliki destinasi maka semakin besar kemungkinan wisatawan untuk memiliki niat kunjungan ulang (Zhu et al., 2024)

Tourist satisfaction merupakan variabel mediasi yang akan diteliti dalam penelitian ini. Kepuasan yang tinggi dapat menjadi pendorong utama bagi wisatawan untuk kembali mengunjungi Yogyakarta. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan berperan sebagai mediator yang menghubungkan faktor-faktor seperti *novelty seeking*, wisatawan seringkali mencari pengalaman baru dan berperilaku berbeda selama liburan. Melakukan berbagai aktivitas saat berlibur dapat memberikan mereka rasa puas dan senang sekaligus memenuhi kebutuhan mereka (Baltaci & Cakici, 2023). Selain itu *tourist satisfaction* juga dapat memediasi variabel antara citra destinasi dengan niat kunjungan ulang. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana kepuasan wisatawan dapat memediasi hubungan antara kedua variabel tersebut.

Penelitian ini hendak memperkuat penelitian tentang variabel *novelty seeking* dan *revisit intention*, dimana masih kontradiksi pada hubungan variabel tersebut. Penelitian yang dilakukan Agustina & Artanti (2020) di Surabaya dan Barkah & Febriasari (2021) di Pontianak. Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *novelty seeking* tidak mempengaruhi *revisit intention*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Liu et al., (2018) di Vietnam menyatakan bahwa variabel *novelty seeking* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada *revisit intention*. Selain itu, kontradiksi variabel juga ada di antara *local food enjoyment* terhadap *revisit intention*. Penelitian yang dilakukan

oleh Paramita et al., (2021) menyatakan bahwa *local food enjoyment* berpengaruh terhadap *revisit intention* di Yogyakarta, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Purnomo et al., (2023) menyatakan bahwa *local food* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* Bogor.

Dapat diketahui bahwa penelitian penelitian sebelumnya yang membahas variabel *novelty seeking*, dan *local food enjoyment* menghasilkan hasil yang tidak konsisten, oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai variabel tersebut. Dan ingin melakukan pengembangan dari beberapa penelitian terdahulu dimana variabelnya sudah diteliti namun tidak pada satu penelitian yang sama, kemudian variabel-variabel tersebut digabungkan dan disesuaikan dalam penelitian ini. Sehingga penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Novelty Seeking, Destination Image Dan Local Food Enjoyment Terhadap Revisit Intention Yogyakarta Dengan Tourist Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi ”**

2. Identifikasi Masalah

Berikut merupakan identifikasi masalah berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas:

- a. *Novelty seeking* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention* Yogyakarta
- b. *Destination image* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention* Yogyakarta
- c. *Local food enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention* Yogyakarta
- d. *Tourist Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention* Yogyakarta
- e. *Novelty seeking* berpengaruh positif terhadap *Tourist Satisfaction* Yogyakarta
- f. *Destination image* berpengaruh positif terhadap *Tourist Satisfaction* Yogyakarta
- g. *Local food enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Tourist Satisfaction* Yogyakarta

- h. *Novelty seeking* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention* melalui *Tourist Satisfaction* Yogyakarta
- i. *Destination image* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention* melalui *Tourist Satisfaction* Yogyakarta
- j. *Local food enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention* melalui *Tourist Satisfaction* Yogyakarta

3. Batasan Masalah

Untuk meminimalkan masalah dalam penelitian ini dengan bantuan dari masalah yang telah disebutkan pada identifikasi masalah di atas. Dikarenakan luasnya cakupan penelitian, hal ini dilakukan untuk membatasi masalah yang dapat dipecahkan, berikut beberapa batasan masalah penelitian ini, yaitu:

- a. Responden penelitian ini dibatasi hanya pada wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Yogyakarta dan sudah mencoba kuliner Yogyakarta, khususnya Malioboro.
- b. Penelitian ini diadaptasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Barkah & Febriasari (2021) dengan membahas mengenai destinasi kuliner. Penelitian ini memiliki fokus dua variabel independen, yaitu *novelty seeking*, *destination image*, satu variabel dependen, yaitu *revisit intention*, serta memiliki satu variabel mediasi, yaitu *tourist satisfaction*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Paramita et al., (2021) terdapat satu variabel independen yaitu *local food enjoyment*, satu variabel dependen yaitu *revisit intention*,

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan keterangan pada latar belakang, berikut merupakan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini:

- 1. Apakah *novelty seeking* memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention* Yogyakarta?
- 2. Apakah *destination image* memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention* Yogyakarta?

3. Apakah *local food enjoyment* memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention* Yogyakarta?
4. Apakah *tourist satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention* Yogyakarta
5. Apakah *novelty seeking* memiliki pengaruh positif terhadap *satisfaction* Yogyakarta?
6. Apakah *destination image* memiliki pengaruh positif terhadap *tourist satisfaction* Yogyakarta?
7. Apakah *novelty seeking* memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention* dengan *tourist satisfaction* sebagai variabel mediasi
8. Apakah *destination image* memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention* dengan *tourist satisfaction* sebagai variabel mediasi

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *novelty seeking* memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention* Yogyakarta
2. Untuk mengetahui apakah *destination image* memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention* Yogyakarta
3. Untuk mengetahui apakah *Local Food Enjoyment* memiliki positif pengaruh terhadap *revisit intention* Yogyakarta
4. Untuk mengetahui apakah *Tourist Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap positif *revisit intention* Yogyakarta
5. Untuk mengetahui apakah *novelty seeking* memiliki pengaruh positif terhadap *Tourist Satisfaction* Yogyakarta
6. Untuk mengetahui apakah *destination image* memiliki pengaruh positif terhadap *Tourist Satisfaction* Yogyakarta
7. Untuk mengetahui apakah *novelty seeking* memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention* dengan *Tourist Satisfaction* sebagai variabel mediasi

8. Untuk mengetahui apakah *destination image* memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention* dengan *Tourist Satisfaction* sebagai variabel mediasi

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi beberapa pihak yang di antaranya yaitu:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai kontribusi terhadap karya ilmiah dan sebagai referensi dalam melakukan penelitian tambahan mendalam mengenai variabel *novelty seeking*, *destination image*, *local food enjoyment*, *tourist satisfaction*, dan *revisit intention*. Dan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis yang akan bermanfaat untuk penelitian di masa depan.

- b. Manfaat Praktis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pemerintah daerah dan pengelola wisata khususnya di Yogyakarta. Dengan memahami bagaimana variabel *novelty seeking*, *destination image*, *local food enjoyment*, *tourist satisfaction*, dapat mempengaruhi *revisit intention* dari wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>
- Agustina, M., Sadat, A. M., & Monoarfa, T. A. (2023). The Effect Of Perceived Value And Destination Image On Revisit Intention Through Tourist Satisfaction As A Mediating Variable (Case Study On Nglanggeran Tourism Village). In *International Journal of Current Economics & Business Ventures* (Vol. 1, Issue 3). <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb>
- Agustina, R. P., & Artanti, Y. (2020). The role of satisfaction as a mediating variable on the effects of novelty seeking and familiarity on tourist revisit intention. *Diponegoro International Journal of Business*, 3(2), 88–96. <https://doi.org/10.14710/dijb.3.2.2020.88-96>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Albaity, M., & Melhem, S. B. (2017). Novelty seeking, image, and loyalty—The mediating role of satisfaction and moderating role of length of stay: International tourists' perspective. *Tourism Management Perspectives*, 23, 30–37. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.04.001>
- Anggraini, V., Sadat, A. M., & Monoarfa, T. A. (2023). The Effect of Perceived Value and Tourist Experience on Revisit Intention through Customer Satisfaction as Mediation Variables in Tourism Village. In *International Journal of Current Economics & Business Ventures* (Vol. 1, Issue 3). <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb>
- Audina, F., & Nathalia, T. (2022). Faktor Yang Memengaruhi Niat Wisatawan Jabodetabek Kembali Ke Pulau Bali Semasa Covid-19. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 186–202.
- Baltaci, M., & Cakici, A. C. (2023). Have the Liminoid Behavior and Novelty Seeking an Effect on Tourist Satisfaction. *Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 24. <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/16018>

- Barkah, B., & Febriasari, P. (2021). Factors that Influencing Tourists Revisit Intention. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 12(1), 77–87. <https://doi.org/10.15294/jdm.v12i1.25680>
- Chaulagain, S., Li, J., Baniya, R., & Pizam, A. (2023). Should I stay or should I go back? Factors influencing snowbirds' permanent relocation intention. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/jhti-07-2023-0485>
- Fitri, N. (2021). *Effects of Novelty Seeking, Destination Image, and Perceived Value Through Satisfaction on Revisit Intention to MICE Destinations*.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. <http://www>.
- Hengki, & Riptiono, S. (2023). Pengaruh Customer Experiential Quality, Destination Image dan Novelty Seeking Terhadap Revisit Intention dan Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 5, Issue 3). <https://jurnal.universitaspurabaya.ac.id/index.php/jimmmba/index>
- Indra Sakti, Dewi Trirahayu, & Amelia Oktrivina. (2023). Understanding Revisit Intention During Covid-19: A Protection Motivation Theory Perspective. *Jurnal Manajemen*, 27(1), 1–20. <https://doi.org/10.24912/jm.v27i1.1014>
- Jeong, Y., & Kim, S. (2020). A study of event quality, destination image, perceived value, tourist satisfaction, and destination loyalty among sport tourists. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(4), 940–960. <https://doi.org/10.1108/APJML-02-2019-0101>
- Jeong, Y., Kim, S. K., & Yu, J. G. (2020). Sustaining sporting destinations through improving tourists' mental and physical health in the tourism environment: The case of Korea. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1). <https://doi.org/10.3390/ijerph17010122>
- Ji, C., & Prentice, C. (2021). Linking transaction-specific satisfaction and customer loyalty – The case of casino resorts. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102319>

- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024).
- Keni, K., & Winata, R. (2023). Factors Affecting Intention To Visit Riau Islands. *Jurnal Manajemen*, 27(2), 211–232. <https://doi.org/10.24912/jm.v27i2.1250>
- Lim, W. M. (2024). A typology of validity: content, face, convergent, discriminant, nomological and predictive validity. *Journal of Trade Science*, 12(3), 155–179. <https://doi.org/10.1108/jts-03-2024-0016>
- Liu, C. R., Chiu, T. H., Wang, Y. C., & Huang, W. S. (2018). Generation Y’s revisit intention and price premium for lifestyle hotels: brand love as the mediator. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 21(3), 242–264. <https://doi.org/10.1080/15256480.2018.1464421>
- Liu, D. Y., Cheng, C. C., Huang, C. F., & Mao, T. Y. (2019). Effects of visitors’ novelty seeking and flow experiences on place attachments in Taiwan’s night markets. *ACM International Conference Proceeding Series*, 74–78. <https://doi.org/10.1145/3355966.3355984>
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research.. An Applied Orientation*.
- May Zaw, Z., & Nuangjamnong, C. (2023). Critical Factors Affecting Revisit Intention for the “Feel Restaurant” in Yangon, Myanmar. In *Chompu Nuangjamnong / The AU eJournal of Interdisciplinary Research* (Vol. 8, Issue 2). <http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/eJIR/index>
- Nguyen Huu, T., Nguyen Ngoc, H., Nguyen Dai, L., Nguyen Thi Thu, D., Truc, L. N., & Nguyen Trong, L. (2024). Effect of tourist satisfaction on revisit intention in Can Tho City, Vietnam. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2322779>
- Nguyen, Q. N., Nguyen. Huynh Lam, & Le, T. D. H. (2020). Relationships among novelty seeking, satisfaction, return intention, and willingness to recommend of foreign tourist in Vietnam. *Management Science Letters*, 10(10), 2237–2248. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.011>
- Nguyen Viet, B., Dang, H. P., & Nguyen, H. H. (2020). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact.

- Cogent Business and Management*, 7(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1796249>
- Paramita, R. J., Chairy, C., & Syahrivar, J. (2021). Local Food Enjoyment And Customer Delight: Keys To Revisit Intention. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 384. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i2.13260>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Purnomo, A. M., Somantri, G. R., & Adnan, R. S. (2023). “Local Food” Consumption: Does Locality Matter? *Journal of ASEAN Studies*, 11(1), 25–44. <https://doi.org/10.21512/jas.v11i1.7537>
- Putri, N. A., Permana, E., & Subhan, M. N. (2021). Strategi Pemasaran bisnis makanan tradisional Tiwul sebagai Destinasi wisata kuliner di Gunung Kidul Jogja. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 340. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10102>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. www.wileypluslearningspace.com
- Setyoko, A. (2023). *Ini Alasan Warung Kopi Klotok Jogja Selalu Ramai Hingga Pengunjung Rela Antre Puluhan Meter*. Magelang Ekspres.
- Sinatria, N., & Sumadi. (2024). The Influence of Travel Experience and Destination Image on Traveller Satisfaction and Intention to Revisit. In *International Journal of Economics Development Research* (Vol. 5, Issue 1).
- Statistik Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta*. (2023).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Syafrida, M. F., Sari, D. K., & Syafrizal. (2023). The Impact of Destination Image, Novelty Seeking, Involvement Seeking and Tourist Satisfaction on Edutourism Tourists’ Revisit Intention. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1525–1534. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.790>
- Thipsingh, S., Srisathan, W. A., Wongsachia, S., Ketkaew, C., Naruetharadhol, P., & Hengboriboon, L. (2022). Social and sustainable determinants of the tourist satisfaction and temporal revisit intention: A case of Yogyakarta, Indonesia.

- Cogent Social Sciences*, 8(1).
<https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2068269>
- Tyar, I., & Fadilah, M. (2023). Peran Mediasi Memorable Tourist Experience dan Satisfaction dari Pengaruh Local Food dan Attraction terhadap Revisit Intention. *Jurnal Pustaka Nusantara Multidisplin*, 1(4).
- United Nations agency for tourism. (2024, February 22). *World Tourism Barometer: January 2024*.
- Yarimoglu, E., & Gunay, T. (2020). The extended theory of planned behavior in Turkish customers' intentions to visit green hotels. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1097–1108. <https://doi.org/10.1002/bse.2419>
- Zhu, Y., Zhu, L., & Weng, L. (2024). How Do Tourists' Value Perceptions of Food Experiences Influence Their Perceived Destination Image and Revisit Intention? A Moderated Mediation Model. *Foods*, 13(3).
<https://doi.org/10.3390/foods13030412>