

INTISARI

Potensi ekowisata di Indonesia memiliki persentase yang paling besar yaitu 45%. Salah satu daerah di Indonesia yang berupaya mengoptimalkan potensi ekowisata adalah Yogyakarta. Hal ini berguna untuk menunjang pertumbuhan ekonomi secara sinergi dan berkelanjutan. Daya tarik minat wisatawan yang paling tinggi di Yogyakarta adalah ekowisata. Hal tersebut dapat dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan dari sector pariwisata. Untuk itu perlu adanya pemahaman akan nilai yang diterima oleh pengunjung ekowisata di D.I Yogyakarta yang terkait dengan niat mengunjungi kembali. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh nilai yang diterima (nilai fungsional, nilai finansial, nilai emosional, nilai sosial, nilai epistemic, nilai kondisional) pada niat mengunjungi kembali dengan efek mediasi dari kepercayaan.

Penelitian ini menggunakan metode survei untuk pengambilan data. Penyampelan dilakukan secara nonprobabilitas dengan pendekatan *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 200 responden dengan kriteria pernah mengunjungi ekowisata di D.I Yogyakarta dalam kurun waktu 1 tahun terakhir serta mengerti perbedaan antara ekowisata dan konvensional. Pengujian hipotesis dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda dan sederhana.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa lima dari enam dimensi nilai yang diterima yaitu nilai fungsional, nilai finansial, nilai emosional, nilai epistemic dan nilai kondisional berpengaruh positif pada niat mengunjungi kembali. Selanjutnya hasil pengujian hipotesis juga menunjukkan bahwa keenam dimensi nilai yang diterima yaitu yaitu nilai fungsional, nilai finansial, nilai emosional, nilai sosial, nilai epistemic dan nilai kondisional berpengaruh positif pada kepercayaan. Hasil uji mediasi juga menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merupakan variabel mediasi parsial.

Kata Kunci: nilai yang diterima, nilai fungsional, nilai finansial, nilai emosional, nilai sosial, nilai epistemic, nilai kondisional, kepercayaan, niat mengunjungi kembali, ekowisata.

ABSTRACT

The potential of ecotourism in Indonesia has the largest percentage of 45%. One of the areas in Indonesia that seeks to optimize the potential of ecotourism is Yogyakarta. This is useful to support synergy and sustainable economic growth. The highest tourist attraction in Yogyakarta is ecotourism. It can be used to get the benefit from the tourism sector. Therefore, it is necessary to understand the perceive value from the visitors of ecotourism in D.I Yogyakarta related to the intention of re-visit. The purpose of this study was to analyze the effect of perceive value (functional value, financial value, emotional value, social value, epistemic value, conditional value) on the intention of revisiting with the mediation effect of trust.

This research using survey method to collect data. The Sampling method is non-probabilities with purposive sampling approach. Total of 200 respondents were participated with the criteria have visited ecotourism in D.I Yogyakarta in past 1 year and understand the difference between ecotourism and conventional tourism. Hypothesis testing were analyzed using multiple linear regression and simple linear regression.

The result of hypothesis testing show that five of the six dimensions of perceive value (functional value, financial value, emotional value, epistemic value, conditional value) have positive effect on intention of re-visit. Furthermore, the hypothesis test result also show that the six dimension of perceive value (functional value, financial value, emotional value, social value, epistemic value, conditional value) have positive effect on trust. The result of mediation test show that trust is partial mediation variable.

Key Word: perceive value, functional value, financial value, emotional value, social value, epistemic value, conditional value, trust, intention of re-visit, ecotourism.