

## INTISARI

### **PERILAKU WISATAWAN DALAM BELANJA SUVENIR DI KAWASAN MALIOBORO YOGYAKARTA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses terjadinya perilaku pembelian mulai dari cara wisatawan dalam memilih souvenir hingga cara wisatawan dalam memutuskan pembelian. Penelitian berlokasi di destinasi wisata Malioboro Yogyakarta.

Riset kualitatif deskriptif dilakukan dengan pendekatan naturalistik. penggalan data dilakukan dengan observasi dan wawancara terhadap sepuluh wisatawan yang berbelanja souvenir di Malioboro dan dua orang pedagang souvenir. Penetapan informan berdasarkan pada observasi dan saturasi informasi yang didapat. Analisis data dilakukan dengan cara *mapping* dan *network analysis* yang terdiri dari *entry* data, coding, dan pembangunan model. *Mapping* dalam bentuk *network* menggunakan *atlas.ti*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku wisatawan dalam memilih souvenir hingga memutuskan membeli souvenir terdiri dari serangkaian pola perilaku yakni: 1) pengenalan kebutuhan, 2) pencarian informasi, 3) evaluasi alternatif, 4) keputusan pembelian, dan 5) perilaku setelah pembelian. Selain itu juga terdapat beberapa faktor yang mampu meningkatkan kepuasan dan keputusan membeli kembali seperti pelayanan fasilitas parkir, kualitas sirkulasi lalu lintas, sarana dan prasarana, kebersihan kawasan, dan variasi souvenir.

Kata kunci: perilaku wisatawan, perilaku pembelian, perilaku memilih souvenir, souvenir

## **ABSTRACT**

### **TOURIST BEHAVIOR IN SOUVENIR SHOPPING IN THE MALIOBORO AREA, YOGYAKARTA**

*This study aims to explore on the process of purchasing behavior is formed, start from the way tourists choose souvenirs to the way they decide to purchase. A qualitative-descriptive research was conducted on naturalistic approach. The data was collected through observation and interviews toward ten tourists who bought souvenirs in Malioboro and two souvenir traders as the respondents. The number of respondents were determined during collecting data process according to the observation dan data saturation. Data analysis was carried out by utilizing mapping and network analysis consisting of data entry, coding, development models, mapping form of a network using atlas.ti. The findings of the study shows that choosing souvenirs and deciding to buy souvenirs consists of a series of tourist behavioral pattern, namely: 1) recognition need, 2) information search, 3) alternative evaluation, 4) purchase decision, and 5) behavior after purchase. In addition, there are also several factors that might increase satisfaction and decisions to repetitive purchase such as services within the range of parking facilities, quality of traffic circulation, facilities and infrastructure, cleanliness, and a variety of souvenir products.*

*Keywords: tourist behavior, consumer behavior, souvenir decision-making behavior, souvenirs*