

INTISARI

Kepercayaan wisatawan menjadi penting dalam industri pariwisata karena sebagian besar produk wisata bersifat abstrak. Cerita dan Penceritaan dapat menghasilkan perasaan positif yang mampu meningkatkan kepercayaan wisatawan. Museum Kotagede: Intro Living Museum menjadikan cerita sejarah dan budaya di Kawasan Kotagede menjadi produk utamanya. Melalui cerita dan penceritaan wisatawan akan memberikan kepercayaan terhadap suatu atraksi wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara variabel cerita dan penceritaan yang terdiri dari dimensi keaslian cerita, pembelajaran, kepuasan, deskriptif, dan emosional dengan variabel kepercayaan wisatawan yang terdiri dari dimensi akurat, dapat dipercaya, dan sistematis di Museum Kotagede: Intro Living Museum. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel berjumlah 100 wisatawan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel cerita dan penceritaan dengan variabel kepercayaan wisatawan di Museum Kotagede: Intro Living Museum. Hasil analisis uji korelasi menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa semua dimensi dari variabel cerita dan penceritaan memiliki hubungan atau korelasi dengan variabel kepercayaan wisatawan. Tingkat persetujuan wisatawan sangat tinggi terhadap semua dimensi dengan rata-rata skor tertinggi yaitu dimensi akurat dengan skor 3,47. Rata-rata hasil uji korelasi antara variabel cerita dan variabel penceritaan dengan variabel kepercayaan wisatawan menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antar dimensinya dan dimensi keaslian cerita dengan dimensi sistematis memiliki nilai koefisien korelasi yang paling besar yaitu 0,795.

Kata kunci: cerita, penceritaan, kepercayaan wisatawan, Museum Kotagede: Intro Living Museum

ABSTRACT

Tourist trust important in tourism industry because most tourism products are intangible or abstract. Storytelling can give positive feelings that can increase tourist trust. The main product of Kotagede museum: intro living museum is historical and cultural stories about Kotagede. Through storytelling can increase trust in these tourist attractions. This research aims to examine the relationship between storytelling variables which consist the dimensions of authenticity, educability, enjoyability, descriptiveness and emotionality with the tourist trust variable which consists of reliable, trustworthy, and systematic dimensions at the Kotagede Museum: Intro Living Museum. This research uses quantitative methods with 100 tourist to determine how significant the relationship between storytelling and tourist trust at the Kotagede Museum: Intro Living Museum. The results of the correlation test analysis, using the SPSS program indicated that all dimensions of the storytelling variables have correlation with tourist trust variable. The level of tourist agreement is very high for all dimensions with the highest average score is accurate dimension with a score of 3.47. The average correlation test results between the storytelling variable with the tourist trust variable show that there is a strong correlation and authenticity dimension with systematic dimension has the largest correlation coefficient value, with a score of 0.795.

keyword: story, telling, tourist trust, Kotagede Museum: Intro Living Museum