

INTISARI

Ratu Boko merupakan salah satu destinasi wisata peninggalan sejarah yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Wisatawan yang mengunjungi Ratu Boko tentunya mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap ekspektasi mereka dan penilaian terhadap fasilitas wisata yang disediakan. Perbedaan persepsi dapat mempengaruhi loyalitas wisatawan terhadap Ratu Boko. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui persepsi wisatawan mengenai citra destinasi dan atribut wisata serta pengaruhnya terhadap loyalitas destinasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah responden 177 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, penyebaran kuesioner, dan studi pustaka. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan SPSS dan dianalisis secara statistik deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah persepsi wisatawan terhadap citra destinasi Ratu Boko adalah baik dan untuk atribut wisata persepsi wisatawan adalah kurang puas, dan loyalitas destinasi adalah baik, sehingga wisatawan yang datang ke Ratu Boko berpotensi untuk mengunjungi kembali Ratu Boko dan dapat mendatangkan calon wisatawan lainnya.

Kata kunci: citra destinasi, kepuasan wisatawan, atribut wisata wisata, loyalitas destinasi, Ratu Boko, persepsi wisatawan

ABSTRACT

Ratu Boko is one of historical heritage destination in special region of Yogyakarta. Most of tourist who come there have different perception toward their expectation and assesment of the tourism facilities provided. Differences in perception can affect the loyalty of tourists to Ratu Boko. The purpose of this study is to know the perception of tourists about the image of the destination and tourism attributes, and effect on the destination loyalty. This research is a quantitative research with 461 respondents. Data collection methods used in this study were observation, interview, questionnaires, and literature study. The collected data was then processed using SPSS and analyzed with descriptive statistic. The result of this research is the perception of tourists to the image of Ratu Boko's destination is good and for tourism attributes the perception of tourists is less satisfied, and the loyalty of the destination is good, so the tourists coming to Ratu Boko have the potential to visit again Ratu Boko and can bring in other potential travelers

Keyword: *destination image, tourist satisfaction, tourism attributes, destination loyalty, Ratu Boko, tourist perception*