

INTISARI

Salah satu kegiatan menarik bagi sebagian orang adalah mencoba berbagai makanan di luar rumah. Kegiatan makan di luar rumah bersama teman dan keluarga merupakan suatu kebiasaan baru bagi masyarakat Indonesia. Hal ini juga didukung oleh fenomena ekonomi pengalaman, perkembangan industri pariwisata dan kuliner, serta munculnya berbagai akses informasi mengenai kuliner di kota-kota Indonesia. Penelitian ini akan mempelajari hubungan citra destinasi dan sumber informasi terhadap niat kunjungan pengunjung kuliner. Selain itu, akan dilakukan analisis moderasi sosial demografi seperti usia, gender, pendapatan, dan pendidikan.

Survey penelitian ini dilakukan kepada pengunjung kuliner Yogyakarta. Syarat sebagai responden adalah orang yang menyukai kuliner dan pernah melakukan kegiatan kuliner di Yogyakarta. Uji validitas dilakukan menggunakan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*). Cronbach's Alpha digunakan untuk pengujian reliabilitas dan konsistensi seluruh dimensi yang akan diperoleh dari pengujian faktor analisis. Analisis data dibagi menjadi empat tahapan yaitu deskripsi, identifikasi, regresi linear berganda, dan moderasi. Pengkodean dan analisis data menggunakan *The Statistical Package for Social Science* (SPSS) 13.0.

Citra destinasi dan sumber informasi memberikan pengaruh yang signifikan pada niat kunjungan pengunjung kuliner di Yogyakarta. Usia dan pendapatan secara signifikan memoderasi pengaruh citra destinasi pada niat kunjungan pengunjung kuliner. Usia dan pendapatan juga secara signifikan memoderasi pengaruh sumber informasi pada niat kunjungan pengunjung kuliner. Temuan menarik penelitian ini adalah citra yang unik dari suatu tempat kuliner diindikasikan dapat meningkatkan motivasi seseorang untuk mengunjungi tempat kuliner.

Kata kunci: citra destinasi, citra keunikan kuliner, sumber informasi, niat kunjungan

ABSTRACT

One of interesting activities for most of people is trying foods by eating out. Eating out with friends and family is a new habit for Indonesian people. This is also supported by economy experience phenomenon, development of tourism and culinary industry, various information access about culinary in Indonesia. This research will learn about the relation between image of a culinary destination and information source towards attendance of culinary visitors. Moreover, there will be a demographic social moderation analysis such as age, gender, income, and education.

The survey for this research is applied to culinary visitors in Yogyakarta. The conditions for respondents are people who love culinary and have been doing a culinary activity in Yogyakarta. Validity test is done by using CFA (Confirmmatory Factor Analysis). Cronbach's Alpha is used to test the reliability and consistency all dimensions which will be acquired by analysis factor test. Data analysis divided into four steps, i.e. description, identification, double linear regression, and moderation. The Statistical Package for Social Science (SPSS) 13.0 is used for encoding and data analysis.

Image of culinary destination and information source are significantly effecting culinary visitor's intention in Yogyakarta. Age and income significantly moderating the effect of culinary destination and the culinary visitor's intention. Age and income also significantly moderating the effect of information source and culinary visitor's intention. This interesting result is a unique image of a culinary destination and indicated improving people's motivation to visit a culinary destination.

Keywords: culinary destination image, culinary uniqueness image, information source, culinary visitor's intention