

ABSTRAK

Dwi Safitri, 2017; Pengaruh Norma Subjektif dan Sikap Terhadap Niat Untuk Melakukan *Volunteer Tourism* dengan Motivasi Sebagai Mediator. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Usep Suhud, M.Si.Ph.D & Rahmi, SE.M.SM

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui pengaruh Norma Subjektif terhadap Motivasi dalam melakukan *volunteer tourism*. 2) untuk mengetahui pengaruh Sikap terhadap Motivasi dalam melakukan *volunteer tourism*. 3) untuk mengetahui motivasi terhadap niat dalam melakukan *volunteer tourism*. 4) untuk mengetahui pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat dalam melakukan *volunteer tourism*. 5) untuk mengetahui pengaruh Sikap terhadap Niat dalam melakukan *volunteer tourism*. Objek penelitian ini adalah Karyawan yang bekerja di wilayah DKI Jakarta dengan jumlah responden sebanyak 350 responden. Teknis analisis data menggunakan perangkat lunak atau *software* SEM (*structural Equation Model*) dari paket statistic AMOS versi 22 untuk mengolah dan menganalisis data hasil dari penelitian.

Hasil penelitian ini adalah H1 memiliki nilai *critical ratio* 6.902 yang berarti hipotesis diterima dengan memiliki nilai *standardized total* 0,467 yang berarti yang berarti memiliki pengaruh cukup kuat. Itu menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki efek yang cukup kuat terhadap motivasi untuk melakukan *volunteer tourism*. Selanjutnya, H2 memiliki nilai *critical ratio* 3.978 yang berarti hipotesis diterima dengan memiliki nilai *standardized total* 0,228 yang berarti memiliki pengaruh efek ringan. Itu menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki efek ringan terhadap motivasi untuk melakukan *volunteer tourism*. H3 memiliki nilai *critical ratio* 7.956 yang berarti hipotesis diterima dengan nilai *standardized total* 0.493 yang berarti memiliki pengaruh cukup kuat. Itu menunjukkan bahwa motivasi memiliki efek yang cukup kuat terhadap niat untuk melakukan *volunteer tourism*. H4 memiliki nilai *critical ratio* 6.129 yang berarti hipotesis diterima dengan memiliki nilai *standardized total* 0,645 yang berarti memiliki pengaruh kuat. Itu menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki efek kuat terhadap niat untuk melakukan *volunteer tourism*. selanjutnya, H5 memiliki nilai *critical ratio* 5.507 yang berarti diterima dengan memiliki nilai *standardized total* 0.416 yang berarti memiliki pengaruh cukup kuat. Itu menunjukkan bahwa sikap memiliki efek cukup kuat terhadap niat untuk melakukan *volunteer tourism*.

Kata kunci: Norma Subjektif, Sikap, Motivasi, Niat, dan *Volunteer Tourism*

ABSTRACT

Dwi Safitri, 2017; The influence of Subjective Norms and Attitudes Toward Intention To Perform Tourism Volunteer Motivation As Mediator. Skripsi, Jakarta: Management Concentration Marketing, Management Studies Program, Department of Management, Faculty of Economics, University of Jakarta. Advisory : Usep Suhud, M.Si.Ph.D & Rahmi, SE.M.SM

purpose of this study were: 1) to determine the effect of Subjective Norms on motivation in doing volunteer tourism. 2) to determine the effect of attitude towards motivation in doing volunteertourism.3) to mengetahui motivation on the intention of doing volunteertourism. 4) to determine the effect of Subjective Norms against the intention of doing volunteertourism.5) to determine the effect of attitude towards intention in doing volunteer tourism. The object of this research is the employees who work in Jakarta with the number of respondents was 350 respondents. Technical analysis of the data using software orperngkat software SEM (StructuralEquation Model)from AMOS statistical package version 22 for processing and analyzing datahasil of research.

The results of this study is H1 has a critical value of 6.902 which means the hypothesis is accepted by having a standardized value of total 0.467 which means that means have a strong enough influence. It shows that subjective norms have a strong enough effect on motivation to volunteer tourism. Furthermore, H2 has a critical ratio value of 3,978 which means the hypothesis is accepted by having a total standardized value of 0.228 which means having a mild effect effect. It shows that subjective norms have a mild effect on motivation to volunteer tourism. H3 has a critical ratio value of 7,956 which means the hypothesis is accepted with a total standardized value of 0.493 berrati has a strong enough influence. It shows that motivation has a strong enough effect on the intention to volunteer tourism. H4 has a critical value of 6.129 which means the hypothesis is accepted by having a totalized standard value of 0.645 which means having a strong influence. It shows that subjective norms have a strong effect on the intention to volunteer tourism. Furthermore, H5 has a critical ratio value of 5,507 which means received by having a total standardized value of 0.416 which means it has a strong enough influence. It shows that the attitude has a strong enough effect on the intention to volunteer tourism.

Keyword: Subjective norm, Attitude, Motivation, Intention and Volunteer Tourism