

## ABSTRAK

**Galih Raspati Bagaskara, 2017; Pengaruh *Sensation Seeking* dan Sikap Terhadap Niat Berkunjung ke Pulau Komodo, dengan Motivasi Sebagai *Intervening*. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Usep Suhud, M.Si, Ph.D & Andrian Haro S.Si, M.M**

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Menguji secara empiris pengaruh *sensation seeking* terhadap motivasi (*motivation*) pada Pulau Komodo. 2) Menguji secara empiris pengaruh sikap (*attitude*) terhadap motivasi (*motivation*) pada Pulau Komodo. 3) Menguji secara empiris pengaruh motivasi (*motivation*) terhadap niat berkunjung (*visit intention*) pada Pulau Komodo. 4) Menguji secara empiris pengaruh *sensation seeking* terhadap niat berkunjung (*visit intention*) pada Pulau Komodo. 5) Menguji secara empiris pengaruh sikap (*attitude*) terhadap niat berkunjung (*visit intention*) pada Pulau Komodo. 6) Menguji secara empiris norma subyektif (*subjective norm*) terhadap niat berkunjung (*visit intention*) pada Pulau Komodo.

Metode pengumpulan data menggunakan metode survey dengan instrumen berupa kuesioner. Obyek dalam penelitian ini adalah hal-hal yang membuat calon wisatawan tertarik atau tidak tertarik untuk berkunjung ke Pulau Komodo. Subyek dalam penelitian ini yakni masyarakat yang berada di sekitar daerah perkantoran Sudirman, Jakarta Pusat, yang pernah dan belum pernah melakukan *visit* ke Pulau Komodo, dengan sampel berjumlah 300 sampel. Teknis analisis data menggunakan AMOS versi 21 dan SPSS versi 24 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: (1) *sensation seeking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi, dengan hasil pengujian C.R 2.973 > 2.00 dan P 0.003 < 0.05 yang berarti hipotesis pertama diterima, (2) sikap berpengaruh dan signifikan terhadap motivasi, dengan hasil pengujian C.R 3.227 > 2.00 dan P 0.001 < 0.05 yang berarti hipotesis kedua diterima, (3) motivasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap niat berkunjung pada Pulau Komodo, dengan hasil pengujian C.R -0.281 < 2.00 dan P 0.778 > 0.05 yang berarti hipotesis ketiga ditolak, (4) *sensation seeking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung pada Pulau Komodo, dengan hasil pengujian C.R 3.095 > 2.00 dan P 0.002 < 0.05 yang berarti hipotesis keempat diterima, (5) sikap tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap niat berkunjung pada Pulau Komodo, dengan hasil pengujian C.R 0.196 < 2.00 dan P 0.884 > 0.05 yang berarti hipotesis kelima ditolak. Dan (6) norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung pada Pulau Komodo, dengan hasil pengujian C.R 2.396 > 2.00 dan P 0.017 < 0.05 yang berarti hipotesis keenam diterima.

**Kata kunci:** *Sensation Seeking*, Sikap, Norma Subyektif, Motivasi, Niat Berkunjung, *Tourism*, Pulau Komodo

## ABSTRACT

**Galih Raspati Bagaskara, 2017; The Effect of Sensation Seeking and Attitudes Toward Visit Intention to Komodo Island, with Motivation as Intervening. Paper, Jakarta: Marketing Management Concentration, Study Program S1 Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Counselor Team: Usep Suhud, M.Si, Ph.D & Andrian Haro S.Si, M.M**

The purpose of this study are: 1) Empirically test the influence of sensation seeking to motivation on Komodo Island. 2) Empirically test the influence of attitude to motivation on Komodo Island. 3) Empirically test the influence of motivation to visit intention on Komodo Island. 4) Empirically test the influence of sensation seeking to visit intention on Komodo Island. 5) Empirically test the effect of attitude to visit intention on Komodo Island. 6) Empirically test the subjective norm to visit intention on Komodo Island.

Methods of data collection using survey method with the instrument in the form of questionnaire. Objects in this study are things that make potential tourists interested or not interested to visit the island of Komodo. The subjects in this study are the people who are located around the Sudirman office area, Central Jakarta, who have visiting and never visiting Komodo Island before, with a sample of 300 samples. Technical analysis of data using AMOS version 21 and SPSS version 24 to process and analyze data research results.

The result of hypothesis test show: (1) sensation seeking have positive influence and significant effect to motivation, with result of testing CR 2,973 > 2.00 and P 0.003 < 0.05 which means first hypothesis accepted, (2) attitude have positive influence and significant effect to motivation, with result of CR test 3.227 > 2.00 and P 0.001 < 0.05 which means the second hypothesis is accepted, (3) motivation has no effect and no significant effect on the intention of visiting on Komodo Island, with CR -0.281 < 2.00 and P 0.778 > 0.05 which means the third hypothesis is rejected, (4) sensation seeking has a positive influence and significant effect on the intention of visiting on Komodo Island, with CR 3.095 > 2.00 and P 0.002 < 0.05 which means the fourth hypothesis is accepted, (5) attitude has no effect and no significant effect towards the intention of visiting on Komodo Island, CR test of 0.196 < 2.00 and P 0.884 > 0.05 which means the fifth hypothesis is rejected. And (6) subjective norm have positive influence and significant effect to visit intention to Komodo Island, with result of test of C.R 2,396 > 2.00 and P 0.017 < 0.05 which means sixth hypothesis accepted.

**Keywords:** Sensation Seeking, Attitude, Subjective Norm, Motivation, Visit Intention, Tourism, Komodo Island

