

ABSTRAK

Tika Dama Widyaiswaratika, 1101840, Pengaruh *Creative Tourism* Terhadap *Behavioral Intention* dengan Variabel Moderator Motivasi Wisatawan (Survey pada Wisatawan Nusantara Kampung Kreatif Kota Bandung), dibawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM dan Yeni Yuniawati, S.Pd., MM.

Perkembangan destinasi wisata tidak lepas dari peranan minat wisatawan yang semakin beragam. Keunikan dan keunggulan destinasi inilah yang dapat menjadi alasan pengunjungan kembali serta membentuk niat wisatawan di masa yang akan datang atau disebut dengan *behavioral intention*. *Behavioral intention* terdiri dari *willingness to recommend* dan *revisit intention*. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat wisatawan dimasa yang akan datang ini berkaitan dengan motif wisatawan dalam mengunjungi destinasi wisata. Untuk itu diperlukan atraksi yang menarik dari destinasi wisata (*pull factors*) yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan (*push factors*). Dalam memenuhi kebutuhan wisatawan urban atau *urban tourism*, beberapa negara di Asia seperti Bangkok, Singapura, Hongkong dan Melaka (Malaysia) mulai menunjukkan pertumbuhan yang menjanjikan. *Urban tourism* di Indonesia muncul dari beberapa kota besar seperti kota Jakarta, Solo, Yogyakarta dan Bandung. Berbeda dengan Kota yang lainnya, pengembangan *urban tourism* Kota Bandung masih relatif rendah. Padahal salah satu konsep *urban planning* yang dikembangkan Kota Bandung adalah *urban tourism* yang memanfaatkan seluruh fasilitas yang dimiliki untuk menjadi daya tarik wisata. Salah satu alternative dalam *urban tourism* yang diusung Kota Bandung ialah kampung kreatif sebagai salah satu destinasi terbarukan. Kampung kreatif merupakan sebuah pemukiman sebagaimana umumnya kampung, tetapi di dalamnya ada nilai lebih sehingga wisatawan tertarik karena memiliki potensi pariwisata yang unik dan unggul sebagai daya tarik wisata yang kreatif atau *creative tourism*. Adapun *creative tourism* ini terdiri dari *creative spectacles*, *creative spaces* dan *creative tourism*. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Responden penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kampung Kreatif Kota Bandung. Dengan penyebaran angket sebanyak 110 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor *Creative Tourism* berada di kategori tinggi dalam mempengaruhi *Behavioral Intention* dengan Variabel Moderator Motivasi Wisatawan dan Motivasi *Pull Factors* menjadi motif paling tinggi wisatawan dalam niat melakukan kunjungan di Kampung Kreatif Kota Bandung. Hasil perhitungan diketahui bahwa faktor yang signifikan dari *Creative Tourism* adalah *creative spaces* dan *creative tourism*.

Kata Kunci: *Creative Tourism, Motivasi Wisatawan, Push Factors, Pull Factors, Behavioral Intention, Kampung Kreatif, Urban Tourism.*

ABSTRACT

Tika Dama Widyaiswaratika, 1101840, *The Impact of Creative Tourism Towards Behavioral Intention, the Roles of Motivation as Moderator Variable (Survey to Domestic Tourists in Kampung Kreatif Kota Bandung)*, under the guidance of Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM dan Yeni Yuniawati, S.Pd., MM.

Tourism destination development relating to the role of tourists' motivation that have been more various. Uniqueness and distinctive destination tend to make tourists do revisit the destination, till forming more interest of tourists in future or it called as behavioral intention. Behavioral intention consists of willingness to recommend and revisit intention. Factors that may affect tourists' motivation to visit the destination. Therefore, the destination need to attracts more tourists with interesting attractions (pull factors) that may suit tourists needs (push factors). In order to meet the needs of tourist in urban tourism, countries in Asia such as Bangkok, Singapore, Hongkong and Melaka (Malaysia) began to show promising growth. Urban tourism in Indonesia emerged from several major cities; Jakarta, Solo, Yogyakarta and Bandung. Unlike the other city, the development of urban tourism in Bandung is still relatively low. In fact, one of the concepts urban planning that has been developed in Bandung was urban tourism that utilize all facilities owned to become a tourist attraction. One of alternative in urban tourism that promoted by Bandung is Kampung Kreatif, as one of the renewable destinations. Kampung Kreatif generally settlement as if the village, but in which there is more value so that tourists interested because it has a unique and excellent tourism potential as a creative tourism attraction. Creative Tourism consists of creative spectacles, creative spaces and creative tourism. This research is using descriptive and verify method. The respondents are domestic tourists of Kampung Kreatif Kota Bandung. With a questionnaire of 110 respondents. Result shows that Creative Tourism factors are placed in high category in affecting Behavioral Intention through Motivation as Moderating Variable and Pull factors motivation be the highest tourists motive in affecting behavioral intention in Kampung Kreatif Kota Bandung. Multiple Regression results shows that the dominant factor of Creative Tourism are creative spaces and creative tourism.

Keywords: *Creative Tourism, Motivation, Push Factors, Pull Factors, Behavioral Intention, Kampung Kreatif, Urban Tourism.*