

ABSTRAK

Yuriko Delvita B. 1307779 “Pengaruh *Destination Image* Jepang terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Indoensia (Survei pada Wisatawan Indonesia yang Berkunjung ke Jepang)” di bawah bimbingan Ridwan Purnama, SH.,M.Si dan Gitasiswhara,SE.Par.,MM.

Jepang menjadi salahsatu destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Destinasi wisata di Jepang memperlihatkan keberagaman objek dan daya tarik wisata yang ada di Jepang sehingga memiliki potensi wisata yang menarik untuk dikunjungi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran *destination image* Jepang sebagai destinasi wisata, keputusan berkunjung wisatawan Indonesia dan pengaruh dari *destination image* Jepang terhadap keputusan berkunjung. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Jepang dengan sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan waktu penelitian kurang dari satu tahun (*cross-sectional method*). Teknik analisis data yang digunakan adalah *accidental sampling* dan *convenience sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik regresi berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh paling tinggi pada *destination image* adalah sub variabel adalah *primary image* dan pengaruh paling rendah adalah *induced image*. Pengaruh penilaian paling tinggi pada variabel keputusan berkunjung adalah sub variabel produk, sedangkan penileian paling rendah adalah jumlah berkunjung. Secara simultan *destination image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung, namun secara parsial sub variabel *induced image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Kata Kunci: *Destination Image*, Keputusan Berkunjung, Jepang

ABSTRAK

Yuriko Delvita B. 1307779 “Pengaruh *Destination Image* Jepang terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Indoensia (Survei pada Wisatawan Indonesia yang Berkunjung ke Jepang)” di bawah bimbingan Ridwan Purnama, SH.,M.Si dan Gitasiswhara,SE.Par.,MM.

Japan became one of the most visited tourist destinations by foreign tourists. Destinations in Japan shows the diversity of objects and tourist attraction with that result that Japan has the potential of interesting attractions to visit. The research did to know the destination image of Japan, visiting decision process and influence of destination image in Japan through visited decision. The population is Indonesian tourist for 100 respondents. The methods used are descryptive and verifikative for one year (cross-sectional method). The sampling technique used is accidental sampling and convenience sampling. The shows that the highest influence of the destination image is sub variable primary image and lowest influence is induced image. Overview the highest rating for visited decision variable is sub variable product choice, while the lowest is sub variable purchase amount. Simultaneously, the destination image has the significant influence to the tourist decision. the thing happens at partial test, there is a significant influence between sub variable organic image and primary image through the tourist decision.

Key words: Destiniation image, Visited decision, Japan