

ABSTRAK

Carina Yuniar Audian, 1300954, Pengaruh *Tourism Storytelling* terhadap *Behavioral Intentions* Wisatawan Kawah Putih (Survei terhadap Wisatawan yang Sudah Membaca Cerita Kawah Putih). Dibawah bimbingan Hp. Diah Setiyorini, MM, dan Rini Andari, S.Pd., SE.Par.,MM.

Kawah Putih merupakan destinasi wisata alam yang dikenal sebagai ikon wisata Bandung Selatan dengan kawahnya yang indah dan berwarna kehijauan. Pengunjung Kawah Putih adalah Wisatawan Nusantara. Maka dari itu penulis melakukan prapenelitian mengenai *behavioral intention* wisatawan Kawah Putih yang menghasilkan bahwa *behavioral intention* Kawah Putih begitu rendah dikarenakan wisatawan kebanyakan beranggapan jika sudah mengunjungi kemungkinan tidak akan kembali lagi dikarenakan lebih banyak untuk mencari pengalaman ke destinasi lain yang berbeda, dan berbagai alasan lainnya seperti jauhnya jarak tempuh dan kemacetan selama diperjalan menuju Kawah Putih, harga tiket mahal yang tidak sebanding dengan yang di rasakan dan tidak ada atraksi lainya yang bisa di lakukan di Kawah Putih. Kawah Putih selalu berusaha untuk memberikan inovasi baru dan melakukan promosi dengan menggunakan *tourism storytelling*. Tujuan penelitian ini untuk memperoleh temuan mengenai *tourism storytelling* yang terdiri dari *understandability, interstingness, uniqueness, sensibility* dan *educability* dan *behavioral intention* yang terdiri dari *intentions for return to visit* dan *intentions for recomment to others*, serta bagaimana pengaruh *tourism storytelling* terhadap *behavioral intentions* wisatawan di Kawah Putih. Jenis Penelitian yang digunakan bersifat deskriptif verivikatif, metode survei yang digunakan yaitu dengan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sample sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial dan simultan *tourism storytelling* terhadap *behavioral intention* wisatawan di Kawah Putih. Untuk meningkatkan *behavioral intentions* wisatawan Kawah Putih diharapkan dapat meningkatkan dan mengembangkan *tourism storytelling* sebagai suatu strategi pemasaran yang baik sehingga merangsang wisatawan untuk berkunjung ke Kawah Putih.

Kata Kunci : Kawah Putih, *Tourism Storytelling*, *Behavioral Intentions*

ABSTRACT

Carina Yuniar Audian, 1300954, The Influence of Tourism Storytelling towards Behavioral Intention Kawah Putih Tourist (Survey towards Tourist who have read Kawah Putih Story). Under the guidance of HP. Diah Setiyorini, MM., and Rini Andari, S.Pd.,SE.Par.,MM.

Kawah Putih is a natural tourist destination which known as the South Bandung tourist icon with its beautiful and green crater. Therefore, the researcher did a previous research about the behavioral intention of Kawah Putih tourist which resulted that Kawah Putih behavioral intention was very low that caused the tourist mostly assumed if they had visited the place, they probably would not come back because they tended to look for experience in other destinations, and also other reasons such as travel mileage and congestion along the way to Kawah Putih, and expensive ticket cost which was not comparable to the atmosphere felt and there was no other attractions that could be done at Kawah Putih. Kawah Putih is always trying to provide a new innovation and doing promotion by using tourism storytelling. The objective of this research is to gain finding about tourism storytelling that consists of understandability, interestingness, uniqueness, sensibility, and educability and behavioral intention that consist of intentions for return to visit and intentions for recommend others, also how the effect tourism storytelling towards the behavioral intentions of Kawah Putih tourist. The type of research used is descriptive verificative and the method used is purposive sampling technique, with the total sampling as many as 100 respondents. Data analysis technique used is multiple regression technique. The result of this research shows that there is a partial effect and simultaneous tourism storytelling towards the behavioral intention of Kawah Putih tourist. In order to increase the behavioral intentions of Kawah Putih tourist, it is expected to improve and develop tourism storytelling as a good marketing strategy so as to stimulate tourist to visit Kawah Putih.

Keywords: Kawah Putih, Tourism Storytelling, Behavioral Intention