

ABSTRACT

PATRICK BINOTO SAMUEL

03013210008

THE MODERATION ROLE OF SOCIAL MEDIA BETWEEN EXPERIENCE QUALITY, PRIOR KNOWLEDGE, AND INTENTION TO VISIT AT POS BLOC MEDAN

(xiv+129 pages; 7 figures; 41 tables; 14 appendixes)

Pos Bloc Medan is one of the iconic tourist attractions in Medan, Pos Bloc Medan formerly was a Medan Post Office that rehabilitated by PT Pos Properti Indonesia and PT Ruang Kreatif Pos. However, there are issues regarding the intention to visit Pos Bloc Medan. The purpose of this research is to identify the influence of experience quality (EQ) and prior knowledge (PK) on Pos Bloc Medan visitors on intention to visit (INV) moderated by social media (SM). This research uses quantitative methods. Data is collected through the distribution of Google Forms questionnaire. The population for this research is visitors who have visited Pos Bloc Medan for the past year. 184 respondents were collected using the convenient sampling technique. The findings regarding P-values demonstrate that the effect of experience quality (EQ) and prior knowledge (PK) on intention to visit (INV) is significant. However, the moderating effect of social media (SM) between experience quality (EQ) and intention to visit (INV) and between prior knowledge (PK) and intention to visit (INV) are insignificant. Additionally, the finding regarding R-square adjusted value of 36.9% indicates that 63.1% of intention to visit is influenced by other variables such as destination image, perceived value, travel motivation. The recommendations for Pos Bloc Medan are to maintain the conservation of Pos Bloc Medan as a heritage site and tourist attraction and offers more interesting and innovative events to increase the intention to visit.

Keywords: Experience Quality, Intention to Visit, Pos Bloc Medan, Prior Knowledge, Social Media

References:103 (2015-2024)

ABSTRAK

PATRICK BINOTO SAMUEL

03013210008

THE MODERATION ROLE OF SOCIAL MEDIA BETWEEN EXPERIENCE QUALITY, PRIOR KNOWLEDGE, AND INTENTION TO VISIT AT POS BLOC MEDAN

(xiv+129 pages; 7 figures; 41 tables; 14 appendixes)

Pos Bloc Medan merupakan salah satu tempat wisata ikonik di Medan, Pos Bloc Medan dulunya merupakan Kantor Pos Medan yang direhabilitasi oleh PT Pos Properti Indonesia dan PT Ruang Kreatif Pos. Namun ada kendala terkait niat berkunjung ke Pos Blok Medan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pengalaman (EQ) dan pengetahuan sebelumnya (PK) pengunjung Pos Bloc Medan terhadap niat berkunjung (INV) yang dimoderatori oleh media sosial (SM). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner Google Forms. Populasi penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berkunjung ke Pos Bloc Medan selama setahun terakhir. 184 responden dikumpulkan dengan menggunakan teknik convenience sampling. Temuan mengenai P-value menunjukkan bahwa kualitas pengalaman (EQ) dan pengetahuan sebelumnya (PK) berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung (INV). Namun pengaruh media sosial (SM) yang memoderasi antara kualitas pengalaman (EQ) dan niat berkunjung (INV) serta antara pengetahuan sebelumnya (PK) dan niat berkunjung (INV) tidak signifikan. Selain itu, temuan nilai R-square customized sebesar 36,9% menunjukkan bahwa 63,1% niat berkunjung dipengaruhi oleh variabel lain seperti citra destinasi, nilai yang dirasakan, motivasi berwisata. Rekomendasi bagi Pos Bloc Medan adalah tetap menjaga kelestarian Pos Bloc Medan sebagai situs warisan budaya dan daya tarik wisata serta menawarkan event yang lebih menarik dan inovatif untuk meningkatkan niat berkunjung.

Kata Kunci: kualitas pengalaman, media sosial, niat berkunjung, pengetahuan sebelumnya, Pos Bloc Medan

Referensi:103 (2015-2024)