

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman emosi wisatawan terhadap niat perilaku melalui citra destinasi dalam melakukan wisata yoga. Namun, ada kesenjangan dalam literatur yang ada saat ini dimana hanya menggunakan satu jenis emosi negatif. Penelitian ini menambahkan emosi negatif; *anger* dengan tujuan untuk melengkapi literatur dalam memahami pengaruh pengalaman emosi wisatawan terhadap niat perilaku melalui citra destinasi. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada responden yang sudah pernah mengunjungi wisata yoga di area Ubud, Bali. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *snowball* dan data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan *confirmatory factor analysis* dan *structural equation modeling*. Temuan pada penelitian ini mengungkapkan bahwa wisatawan domestik memiliki pengalaman emosional negatif yang memiliki dampak langsung pada citra destinasi dan efek tidak langsung pada niat perilaku. Penelitian ini berupaya untuk memberikan wawasan tentang pengalaman emosional wisatawan yang dapat dipertimbangkan untuk kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh bisnis pariwisata yoga, selain itu juga dapat memaksimalkan hal-hal yang mempengaruhi emosi wisatawan seperti fasilitas. Hal ini juga akan membantu pengembangan sektor pariwisata yoga di Ubud, Bali.

Kata kunci: Wisata Yoga, Citra destinasi, Citra Keseluruhan, Niat perilaku.

Abstract

This study aims to analyze the effect of tourists' emotional experience on behavioral intentions through destination images in yoga tourism. However, there is a gap in the current literature that only used one type of negative emotion. This study adds negative emotions; anger to complement the literature in understanding the influence of tourists' emotional experience on behavioral intentions through destination images. This study was conducted with a quantitative method by distributing online questionnaires to respondents who had visited yoga tourism in Ubud, Bali. Data were collected by using a non-probability sampling method with a snowball technique and the collected data were analyzed by using confirmatory factor analysis and structural equation modelling. Findings of this study revealed that domestic tourists' had negative emotional experience which in turns has a direct impact on destination image and an indirect effect on behavioral intentions. This study attempts to provide insights into tourists' emotional experience that could be considered for marketing activities undertaken by yoga tourism businesses, other that can also maximize things that affect tourist emotions such as facilities. It would also help the development of the yoga tourism sector in Ubud, Bali.

Keywords: *Yoga tourism, Destination Image, Overall Image, Behavioral Intentions*