

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh *celebrity involvement, familiarity*, citra destinasi (citra afektif & citra kognitif) terhadap niat kunjungan ke Turki melalui serial drama TV Turki. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, dengan jenis teknik pengambilan sampel *snowball sampling*. Responden dalam penelitian merupakan para penggemar serial drama TV Turki yang ditentukan sebanyak 200 responden. Metode pengujian pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan Lisrel 8.8 dan SPSS 21.

Hasil penelitian pada hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah adanya hubungan pengaruh langsung dan tidak langsung diantara variabel yang diuji pada penelitian ini. Adapun hubungan pengaruh langsung terdapat pada variabel *celebrity involvement* terhadap variabel niat kunjungan. Sedangkan hubungan pengaruh tidak langsung terdapat pada variabel *celebrity involvement* yang memiliki pengaruh positif pada variabel citra afektif yang selanjutnya mempengaruhi variabel citra kognitif dan berdampak pengaruh positif pada variabel niat kunjungan.

Kata kunci : serial drama TV Turki, *celebrity involvement, familiarity*, citra afektif, citra kognitif, niat kunjungan.

ABSTRACT

This research examines the effect of celebrity involvement, familiarity, destination images (affective image & cognitive image) on intention to visit Turkey through the Turkish TV drama series. The sampling technique in this research is nonprobability sampling with snowball sampling. The number of respondents in this research is 200 respondents who are fans of the Turkish drama TV series. The method of Structural Equation Modeling (SEM) with Lisrel 8.80 and SPSS 21 are applied in this research.

The results of this research are direct effect and indirect effect among variables which proposed. Regarding direct effect is between celebrity involvements to intention to visit. Whereas indirect effect is celebrity involvement has positive impact to affective image, and next affect on cognitive image which is positive impact on intention to visit as well.

Keywords: *Turkish drama TV series, celebrity involvement, familiarity, destination images (affective image & cognitive image), intention to visit*