

RINGKASAN

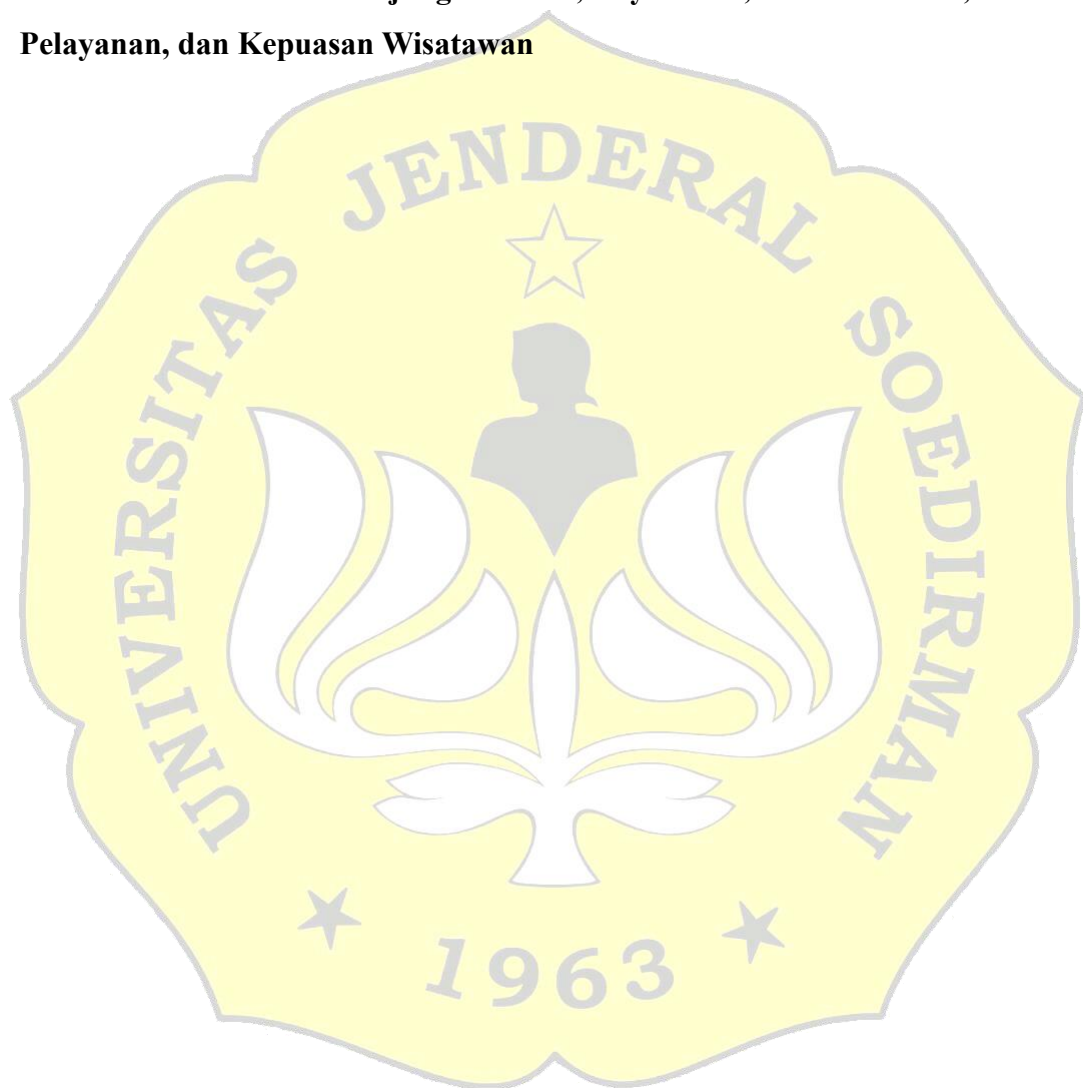
Penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Objek Wisata di Kabupaten Purbalingga). “ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah daya tarik citra destinasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali, dan apakah kepuasan wisatawan dapat berperan sebagai mediasi. Populasi penelitian ini yaitu wisatawan (perempuan dan laki-laki) berusia 18-64 tahun yang pernah berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Purbalingga minimal satu kali dalam kurun waktu 5 tahun terakhir (2019-2023).

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) menunjukkan bahwa: (1) daya tarik tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, (2) citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, (3) kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, (4) daya tarik tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, (5) citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, (6) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, (7) kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, (8) daya tarik tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan, (9) citra destinasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan, (10) kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan.

Implikasi dari penelitian ini yaitu pengelola hendaknya selalu berusaha untuk menanamkan dan mempertahankan citra destinasi yang baik kepada wisatawan sehingga wisatawan puas dan wisatawan berkeinginan berkunjung kembali ke objek wisata, pengurus objek wisata juga hendaknya mempertahankan

dan meningkatkan kualitas pelayanan objek wisata sehingga wisatawan semakin puas, ketika wisatawan puas, maka wisatawan berkeinginan untuk mengunjungi kembali. Daya tarik objek wisata juga sebaiknya dibuat lebih variatif, menarik, dan berbeda dengan objek wisata daerah lain sehingga wisatawan dapat merasa puas dan memiliki minat untuk berkunjung kembali .

Kata Kunci: Minat Berkunjung Kembali, Daya Tarik, Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Wisatawan



SUMMARY

This study takes the title "The Effect of Attractiveness, Destination Image, and Service Quality on Revisit Intention Through Tourist Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Tourism Objects in Purbalingga Regency)". This study aims to determine whether the attractiveness, destination image, and service quality affect the revisit intention, and whether tourist satisfaction can act as a mediating variable. The population of this study is tourists (women and men) aged 18-64 years who have visited tourist attractions in Purbalingga Regency at least once in the last 5 years (2019-2023).

Based on the results of research and data analysis using SEM (Structural Equation Modeling) shows that: (1) attractiveness does not have a positive and significant effect on revisit intention, (2) destination image has a positive and significant effect on revisit intention, (3) service quality has no positive and significant effect on revisit intention, (4) attractiveness has no positive and significant effect on tourist satisfaction, (5) destination image has a positive and significant effect on tourist satisfaction, (6) service quality has a positive and significant effect on tourist satisfaction, (7) tourist satisfaction has a positive and significant effect on revisit intention, (8) attractiveness does not have a positive and significant effect on revisit intention through tourist satisfaction, (9) destination image does not have a positive and significant effect on revisit intention through tourist satisfaction, (10) service quality does not have a positive and significant effect on revisit intention through tourist satisfaction.

The implication of this research is that the manager should always try to instill and maintain a good destination image to tourists so that tourists are satisfied and tourists want to visit the tourist attraction again, the management of the tourist attraction should also maintain and improve the quality of service of the tourist attraction so that tourists are more satisfied, when tourists are satisfied, then tourists want to visit again. Attractions should also be made more varied, attractive, and different from other regional attractions so that tourists can feel satisfied and have an interest in visiting again.

Keywords: Revisit Intention, Attractiveness, Destination Image, Service Quality, and Tourist Satisfaction

