

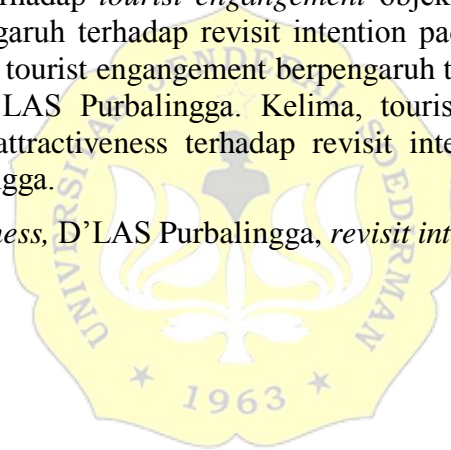
## RINGKASAN

Perkembangan kunjungan wisata yang terus meningkat di Kabupaten Purbalingga menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola objek wisata D'LAS untuk menjadikan destinasi wisatanya menjadi pilihan terbaik konsumen. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *attractiveness* dan *service quality* berpengaruh terhadap *revisit intention* kepada objek wisata D'LAS Purbalingga dengan *tourist engagement* sebagai variabel mediasi

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif pendekatan survey. Subjek yang diteliti dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata D'LAS Purbalingga dengan jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 160 responden. Metode pengumpulan data yang dipakai yakni dengan kuesioner. Data dalam penelitian ini dianalisis memakai pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan memakai bantuan SEM menunjukkan beberapa poin kesimpulan. Pertama, *attractiveness* berpengaruh terhadap *tourist engagement* objek wisata D'LAS Purbalingga. Kedua, *service quality* berpengaruh terhadap *tourist engagement* objek wisata D'LAS. Ketiga, *service quality* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata D'LAS Purbalingga. Keempat, *tourist engagement* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata D'LAS Purbalingga. Kelima, *tourist engagement* mampu memediasi pengaruh *attractiveness* terhadap *revisit intention* wisatawan objek wisata D'LAS Purbalingga.

Kata Kunci: *attractiveness*, D'LAS Purbalingga, *revisit intention*



## **SUMMARY**

*The ever-increasing development of tourist visits in Purbalingga Regency is a challenge for D'LAS tourist attraction managers to make tourist destinations the best choice for consumers. Therefore, the aim of this research is to find out whether attractiveness and service quality influence revisit intention to the D'LAS Purbalingga tourist attraction with tourist engagement as a mediating variable.*

*The research method used is a quantitative survey approach. The subjects studied in this research were tourists who had visited the D'LAS Purbalingga tourist attraction with a total of 160 samples taken in this research. The data collection method used was a questionnaire. The data in this research were analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Square approach.*

*Based on the results of research conducted using SEM, several conclusion points are drawn. First, attractiveness influences tourist engagement at the D'LAS Purbalingga tourist attraction. Second, service quality influences tourist engagement at D'LAS tourist attractions. Third, service quality influences revisit intention at the D'LAS Purbalingga tourist attraction. Fourth, tourist engagement influences revisit intention at the D'LAS Purbalingga tourist attraction. Fifth, tourist engagement is able to mediate the influence of attractiveness on the revisit intention of tourists at the D'LAS Purbalingga tourist attraction.*

*Keywords: attractiveness, D'LAS Purbalingga, revisit intention*

