

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Tempat Wisata Terhadap Kunjungan Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Museum Adityawarman Padang. Metode pengumpulan data melalui survei dan menyebarkan kuesioner dengan sampel 80 responden. Metode pengujian data yang digunakan adalah SmartPLS 4.0 dengan metode analisis SEM (*Structural Equation Modeling*). Hasil penelitian yang di dapatkan berdasarkan pengujian hipotesis (*Direct Effect*) atau pengaruh secara langsung. Terdapat pengaruh yang signifikan citra tempat wisata terhadap kepuasan wisatawan. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan citra tempat wisata terhadap kunjungan wisatawan. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan wisatawan terhadap kunjungan wisatawan. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan. Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kunjungan wisatawan. Hasil pengujian hipotesis (*Indirect Effect*). Kepuasan wisatawan tidak dapat memediasi citra tempat wisata terhadap kunjungan wisatawan. Kepuasan wisatawan tidak dapat memediasi kualitas layanan terhadap kunjungan wisatawan. Diharapkan pihak museum harus lebih memperhatikan Kualitas Layanan agar tetap menunjang kepuasan dan mengharapkan wisatawan untuk meningkatkan kunjungan. Dengan lebih memperhatikan layanan yang diberikan kepada pengunjung seperti melakukan pelayanan yang benar, cepat tanggap melayani pengunjung, memperhatikan lagi etika saat memberikan pelayanan dan lebih berempati terhadap pengunjung. Saran dari penulis untuk peneliti selanjutnya di harapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menambahkan indikator dan variabel lainnya.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Citra Tempat Wisata, Kunjungan Wisatawan, Kepuasan Wisatawan.

ABSTRAK

This study aims to examine how much influence service quality and image of tourist attractions have on tourist visits with tourist satisfaction as an intervening variable at the Adityawarman Museum, Padang. Methods of data collection through surveys and distributing questionnaires with a sample of 80 respondents. The data testing method used is SmartPLS 4.0 with the SEM (Structural Equation Modeling) analysis method. The research results obtained are based on hypothesis testing (Direct Effect) or direct influence. There is a significant influence of the image of tourist attractions on tourist satisfaction. There is no significant effect of the image of a tourist spot on tourist visits. There is no significant effect of tourist satisfaction on tourist visits. There is no significant effect of service quality on tourist satisfaction. There is a significant influence of service quality on tourist visits. Results of hypothesis testing (Indirect Effect). Tourist satisfaction cannot mediate the image of tourist attractions on tourist visits. Tourist satisfaction cannot mediate the quality of service to tourist visits. It is hoped that the museum must pay more attention to service quality so that it continues to support satisfaction and expects tourists to increase visits. By paying more attention to the services provided to visitors such as doing the right service, being responsive to serving visitors, paying more attention to ethics when providing services and being more empathetic towards visitors. Suggestions from the author for future researchers are expected to develop this research by adding indicators and other variables.

Keywords: *Quality of Service, Image of Tourist Attractions, Tourist Visits, Tourist Satisfaction.*