

ABSTRACT

Yolla Farahdina, No.BP 16101155310651, Management of the Faculty of Economics and Business (2020), The Effect of Service Quality, Price, and Tourism Attraction on Revisiting Interests With Visitor Satisfaction as Intervening Variables in Air Manis Beach Attraction in Padang, under the guidance of Mr. Robby Dharma, SE., MM and Mr. Vicky Brama Kumbara SE., B.Ba., MM.

This study aims to examine how much the influence of Service Quality, Price, and Tourism Attraction on Interest in Visiting With Visitor Satisfaction as Intervening Variables in Air Manis Beach Tourism Object in Padang City. The method of collecting data through surveys and distributing questionnaires, with a sample of 100 respondents who obtained the slovin formula in the population of visitors in Air Manis Beach in 2018, namely 417,144 visitors. The analytical method used is correlation analysis, multiple linear regression, and path analysis (Path Analysis) using SPSS 21.

The results obtained by the test (t test) obtained that the quality of service and Tourism Attraction partially significant effect on Visitor Satisfaction with (Sig <0.05), while the price does not significantly influence Visitor Satisfaction with (Sig > 0.05). Then based on (F Test) obtained Service Quality, Price, and Travel Attraction together significantly influence the satisfaction of visitors with (Sig <0.05). And also the research results obtained based on (t test) obtained the quality of service and Tourism Attraction significantly influence the Visit Interest with (Sig <0.05), while the price has no significant effect on the Visit Interest with (Sig > 0.05). Then based on (F Test) obtained Service Quality, Price, and Travel Attraction together significantly influence the Interest of Revisit with (Sig <0.05). The contribution of Service Quality, Price, and Tourism Attraction to the Visitor Satisfaction variable is 57.6% and the remaining 42.4% is influenced by other variables outside this study. Then the Contribution of Service Quality, Price, and Tourism Attraction, Visitor Satisfaction to the Interest Interest of Revisiting is 91.1% and the remaining 8.9% is influenced by other variables outside this study. Service Quality indicator used is equal to 98.6%, Price indicator used is equal to 93.8%, Tourist Attraction indicator used is equal to 93.6%, Visitor Satisfaction indicator used is equal to 93.0%, indicator Interest in the Revisit used was 97.8%.

Keywords: *Service Quality, Price, Tourist Attraction, Visitor Satisfaction, Revisiting Interest*

ABSTRAK

Yolla Farahdina, No.BP 16101155310651, Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis (2020), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang, di bawah bimbingan Bapak Robby Dharma, SE.,MM dan Bapak Vicky Brama Kumbara SE.,B.Ba.,MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisioner, dengan sampel 100 responden yang di dapat dengan rumus *slovin* pada populasi pengunjung Pantai Air Manis tahun 2018 yaitu 417.144 pengunjung. Metode analisis yang digunakan adalah analisis korelasi, regresi linear berganda, dan analisis jalur (*Path Analysis*) menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan (Uji t) diperoleh Kualitas Pelayanan dan Daya Tarik Wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung dengan ($\text{Sig}<0,05$), sedangkan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung dengan ($\text{Sig}>0,05$). Kemudian berdasarkan (Uji F) diperoleh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Daya Tarik Wisata secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung dengan ($\text{Sig}<0,05$). Dan juga hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan (Uji t) diperoleh Kualitas Pelayanan dan Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang dengan ($\text{Sig}<0,05$), sedangkan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang dengan ($\text{Sig}>0,05$). Kemudian berdasarkan (Uji F) diperoleh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Daya Tarik Wisata secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang dengan ($\text{Sig}<0,05$). Kontribusi Kualitas Pelayanan, Harga, dan Daya Tarik Wisata terhadap variabel Kepuasan Pengunjung adalah sebesar 57,6% sisanya 42,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Kemudian Kontribusi Kualitas Pelayanan, Harga, Daya Tarik Wisata, dan Kepuasan Pengunjung terhadap variabel Minat Kunjung Ulang adalah sebesar 91,1% sisanya 8,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. indikator Kualitas Pelayanan yang digunakan adalah sebesar sebesar 98,6%, indikator Harga digunakan adalah sebesar sebesar 93,8%, indikator Daya Tarik Wisata digunakan adalah sebesar 93,6%, indikator Kepuasan Pengunjung digunakan adalah sebesar sebesar 93,0%, indikator Minat Kunjung Ulang digunakan adalah sebesar 97,8%.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Daya Tarik Wisata, Kepuasan Pengunjung, Minat Kunjung Ulang