

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen Konsentrasi Pariwisata
Semester Ganjil 2019/2020

PENGARUH *SATISFACTION*, *DESTINATION IMAGE*, *EXPERIENCE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* HOTEL DI KOTA BATAM

Fenny
NPM: 1641210

ABSTRAK

Revisit Intention mempunyai peran penting dalam memutuskan untuk mengunjungi kembali suatu tujuan wisata. Dalam penelitian ini destinasi yang diambil yaitu mengunjungi kembali hotel di Kota Batam. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner dengan target pengunjung yang merupakan wisatawan lokal. Maksud dari penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan, citra destinasi, pengalaman dan kualitas pelayanan terhadap keinginan untuk berkunjung kembali ke hotel di Kota Batam.

Penelitian ini diambil menurut beberapa karakteristik seperti umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan dan hotel favorit di Kota Batam yang dikunjungi lebih dari satu kali dengan maksud untuk berkunjung kembali ke kota Batam. Kuesioner yang tersebar melalui *google form* sebanyak 320 kuesioner dan uji data kuesioner yang terkumpul dilakukan uji SPSS. Data penelitian ini diambil dari responden wisatawan *local* dan nusantara. Dari data yang didapatkan responden laki-laki sebanyak 159 responden dengan presentase 49,7% dan perempuan sebanyak 161 responden dengan presentase 50,3%.

Hasil dari observasi uji T menunjukkan bahwa *customer experience* dan *satisfaction* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* dengan nilai *customer experience* 0,13 dan *satisfaction* 0,05 dimana hasil ini $> 0,05$. Sedangkan *destination image* dan *service quality* mempunyai hasil signifikan terhadap *revisit intention* dengan nilai $< 0,05$ yaitu 0,00.

Kata kunci: Niat berkunjung kembali, Pengalaman, Kepuasan, Citra Destinasi, Kualitas Layanan, Hotel Batam,